
Themenheft Nr. 21: Partizipationschancen im Kulturraum Internet nutzen und gestalten – Das Beispiel Web 2.0

Das politische Internet – Möglichkeiten und Grenzen

Heinz Moser

Abstract

Das Internet und die Möglichkeiten, die sich mit Social Communities wie Facebook für die Zukunft einer stärker partizipativ ausgerichteten Demokratie ergeben, beschäftigt die politischen Debatten immer häufiger. Der Buchstaben «e» spiegelt dabei die Verheissungen dieser neuen Politik: e-Government, e-Participation und e-Demokratie sind Begriffe, die zu klären und daraufhin zu untersuchen sind, inwieweit die Bürgerpartizipation dadurch bei der jungen Generation eine neue Qualität erhält. Nachdem die digitalen Medien nicht nur in der arabischen Welt jüngere Menschen politisch zu mobilisieren imstande sind, stellt sich die Frage, ob sich mit diesen neuen Mitteln partizipative Interessen jenseits der etablierten Institutionen der Politik auf neue Weise artikulieren können – dies nicht zuletzt auch über Veränderungen in der Sphäre des Politischen selbst.

Der vorliegende Aufsatz nimmt die Diskussion um das politische Internet auf und illustriert die damit verbundenen Fragestellungen im Rahmen einer empirischen Untersuchung zu politischen Gruppen aus der Schweiz, die sich auf Facebook gebildet haben.

e-Government als Dienstleistungsstrategie

Schon mit dem Aufkommen des Internets in den Neunzigerjahren wurde der Begriff des e-Government geprägt. Gemäss der «European Commission Informations Society» geht es beim e-Government darum, Tools und Systeme zu benutzen, welche es durch die Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglichen, den Bürgern und der Wirtschaft einen besseren öffentlichen Service anbieten zu können. Ziel sei ein effektives e-Government, das ein Überdenken der bestehenden Organisationen und Prozesse erfordert, sowie eine Änderung des Verhaltens, damit die öffentlichen Dienste wirksamer auf die Menschen bezogen werden könnten, welche diese nutzen wollen (vgl. http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/index_en.htm).

Viele Ziele dieser ersten Diskussionen um ein dienstleistungsbezogenes e-Governments sind in den letzten Jahren erreicht worden. In den USA hatte die Clinton-Regierung schon 1999 über ein «Memorandum on e-Government» dekretiert, dass die 500 von den amerikanischen Bürgern meist benutzten Formulare online zu stel-

len seien. Die Regierung von George Bush setzte diese Bestrebungen fort, so dass nach Fraser und Dutta die Website des US Government (Gov.com) zum Modell für eine Open-Access-Strategie für eine ganze Gesellschaft geworden sei (Fraser und Dutta 2008, 272).

In Deutschland wurde im Jahr 2000 auf der EXPO in Hannover die Initiative «BundOnline 2005» ins Leben gerufen, das grösste e-Government-Programm Europas, wie die Initianten betonten. Die anspruchsvolle Zielsetzung: Bis Ende 2005 sollten alle onlinefähigen Dienstleistungen der Bundesverwaltung über das Internet verfügbar sein. Das Bundesministerium für Inneres betont in seinem Abschlussbericht von 2005, das Ziel, 376 e-Government-Dienstleistungen bis Ende 2005 einzurichten, sei erreicht worden (Bundesministerium des Innern 2005).

Fraser und Dutta (2008, 272) machen indessen darauf aufmerksam, dass die Websites der öffentlichen Verwaltung hauptsächlich Informationen zur Verfügung stellen und bearbeiten – und nicht die Partizipation der Bürger in den Mittelpunkt stellen. Vor allem unter der Perspektive des Web 2.0 wird deshalb vermehrte e-Participation gefordert. Angesichts der politischen Apathie vieler junger Menschen hofft man, auf diesem neuen elektronischen Mitteln die jüngere Generation besser zu erreichen und sie dadurch zu gewinnen, ihre politische Meinung auszudrücken. e-Participation soll als Strategie die Bürger neu mit der Politik und der Teilnahme an Entscheidungsprozessen verbinden (http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/policy/eparticipation/index_en.htm).

eParticipation und eVoting

Die Partizipation mit elektronischen Mitteln (und hier vor allem den partizipativen Werkzeugen des Web 2.0) ist vor allem seit dem Wahlkampf von Barack Obama um die amerikanische Präsidentschaft im Gespräch, der früh schon für seine Kampagne auf Facebook ein eigenes Profil angelegt hatte. Als Mitglied einer Social-Community-Site nutzte er geschickt die Mittel des Netzwerkes und die dort vorgegebenen «intimeren» Kommunikationsformen, indem er sich auch persönlich offenbarte: Auf seiner Facebook-Seite und dem Motto «Unsere Zeit ist gekommen», konnte man zum Beispiel erfahren, dass seine bevorzugten Musiker Miles Davis, Stevie Wonder und Bob Dylan sind. Obama setzte auch YouTube ein, z. B. mit dem «Yes we can»-Videoclip. Sein Internet-Auftritt begeisterte und half, Hillary Clinton als gefährlichste Kontrahentin bei den Demokraten aus dem Feld zu schlagen. Während Obamas Seite rund zweihundertsechzigtausend Mitglieder anzogen, waren es bei Clinton lediglich 3251 (vgl. dazu Fraser und Dutta 2008, 264).

Werden Präsidenten und Parlamentarier bald direkt über das Netz gewählt, weil damit ein jugendliches Publikum für die Anliegen der Politik zu gewinnen ist, dem gemeinhin Distanz zur Politik und Abstinenz nachgesagt wird? Mindestens in Estland ist es seit 2007 möglich, bei Parlamentswahlen (Riigikogu) über das Internet

zu wählen. Das estnische Aussenministerium berichtet, dass bei den Wahlen von 2007 30'275 von 940'000 registrierten Wählerinnen und Wählern ihre Stimme über das Internet abgaben. 200 waren es dann 58'669 Personen, was 15% all jener ausmachte, welche an den Wahlen teilnahmen (<http://www.vm.ee/?q=en/node/5693>). Auch in der Schweiz, in einem Land, das häufig Sachabstimmungen durchführt, welche über die alleinige Wahlentscheidung hinausweisen, wurde in den letzten Jahren mit e-Voting experimentiert. 2010 schien sich hier ein Durchbruch anzubahnen: Genehmigte die schweizerische Bundesregierung doch im Rahmen der eidgenössischen Volksabstimmung vom 28. November 2010 in 12 Kantonen eVoting-Versuche. Doch am Ende des Jahres wurde der e-Voting Versuch in den Kantonen Zürich und Genf unvermittelt gestoppt. So teilte der Kanton Zürich den teilnehmenden e-Voting-Gemeinden 2010 mit, sie dürften im Wahljahr 2011 keine gemeindeübergreifenden Wahlen mehr per e-Voting durchführen. «e-Voting hat die Erwartungen nicht erfüllt», kommentierte Giampiero Beroggi, der für Urnengänge verantwortliche Chef des statistischen Amtes des Kantons Zürich. Denn e-Voting habe weder zu höheren Stimmbeteiligungen geführt, noch nähmen mehr Junge an Volksabstimmungen teil. Der Aufwand sei deshalb unverhältnismässig (*NZZ am Sonntag*, 5.12.2010).

Nun kann man weder aus den überschwänglichen Hoffnungen der Befürworter noch aus den skeptischen Befunden aus Zürich das Scheitern oder den Erfolg der e-Politik auf dem Internet ableiten. Vielmehr ist das dahinterliegende Politikverständnis genauer zu analysieren. Denn letztlich geht es beim e-Voting wie beim e-Government primär um die Interessen der «offiziellen» Politik, welche damit gestützt werden soll: Auch e-Participation zielt in diesem Verständnis einer Mobilisierungsstrategie letztlich auf die zusätzliche Motivation zur Teilnahme an Wahlen und Abstimmungen ab, die durch die Attraktivität des Netzes erreicht werden soll. Partizipation in der «Demokratie 2.0»

Demgegenüber hätte «Demokratie 2.0» die Partizipation in einem vertieften Sinn zu fördern, wie es ein Report der Firma Cisco skizziert hat (vgl. Badger u. a. 2004): Virtuelle Netzwerke seien Teil einer «Connected Republic», also einer Welt, in welcher Werte und Bedeutungen zunehmend von der Fähigkeit abhängen, sich mit Menschen, Ideen und Organisationen im Rahmen neuer Kommunikations- und Zusammenarbeitsmuster zu verbinden. Der Kern der Überlegungen zur Connected Republic ist ein Bekenntnis dazu, dass der Staat um den Bürger herum zu organisieren sei. Dies müsse sich auf alle Aspekte des Regierens ausdehnen, eingeschlossen die politischen, die organisationellen und operationellen Aspekt. Das Bekenntnis zu einem bürgerorientierten Modell bedeute dabei nicht allein, eine grössere Zustimmung von den Betroffenen zu erhalten. Vielmehr müssten die Bedürfnisse und Erwartungen der Bürger im Mittelpunkt der Connected Republic stehen (vgl. Badger u. a. 2004, 10 ff.).

Politisch versucht das von der Obama Administration formulierte «Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies» die Diskussion um e-Participation stärker an Überlegungen zum Web 2.0 anzudocken, indem es von allen Verwaltungsbereichen fordert: «Um eine informiertere und effizientere Politik zu kreieren, möchte die Regierung Möglichkeiten für die Öffentlichkeit fördern, um am Entscheidungsprozess zu partizipieren» (Orszag 2009, 9). Der «Open Government Plan» fordert Massnahmen, um die Partizipation zu verbessern und den Spielraum für eine öffentliche Partizipation innerhalb der Behörden zu vergrössern.

Auf diesem Hintergrund fordert das Memorandum auf, dass in jeder offenen Webpage von Regierungsinstitutionen ein Mechanismus für die Beteiligung der Öffentlichkeit einzubauen sei,

- a) um Feedback zu geben und eine Bewertung der Qualität der publizierten Information;
- b) um Inputs zu geben, welche Information für eine Publikation zu priorisieren sei;
- c) um Input zum Open Government Plan der Behörde zu geben (vgl. Orszag 2009, 3).

Die Open-Government-Agenda ist nur eine der politischen Strategien, um e-Participation zu fördern. Zu dieser neuen Dynamik gehört auch die von den EU Mitgliedsstaaten ratifizierte Malmö Deklaration zur gemeinsamen e-Government Strategie bis 2015 oder das deutsche Regierungsprogramm e-Government 2.0. Oft wird der Begriff Government 2.0 verwendet, um die Vision einer neuen Staatlichkeit auszudrücken, welche die Beteiligung der Bevölkerung an Prozessen in Politik und Verwaltung priorisiert. Nach Schellong und Girrger (2010) wird Partizipation als ein grundlegendes Element zur Legitimation staatlichen Handelns und Stärkung der Bürgergesellschaft in einer vernetzten Welt verstanden.

In Deutschland finden sich nach Christoph Lahmann, dem IT-Bevollmächtigter der Niedersächsischen Landesregierung (CIO), konkrete Umsetzungsbeispiele zur elektronischen Bürgerbeteiligung im engeren Sinne insbesondere im kommunalen Bereich. Lahmann betont: «Als Weiterentwicklung von klassischen Beteiligungsverfahren eröffnet e-Partizipation die Möglichkeit, dass sehr viele Teilnehmer sehr fokussierte Ergebnisse erarbeiten können. Auch in Niedersachsen werden in zunehmendem Masse gerade bei formellen Beteiligungsverfahren (Raumordnung, Regionalplanung, Landesplanung, Planfeststellung, Bauleitplanung etc.) internetgestützte Verfahren eingesetzt» (Lahmann 2010, 5).

Am letzten Beispiel wird freilich deutlich, wie in diesen Überlegungen – ähnlich wie auch beim e-Voting, das Interesse des Staates im Mittelpunkt steht, in Weiterentwicklung «klassischer Beteiligungsverfahren» die Instrumente eines demokratischen Staates mit elektronischen Mitteln zu ergänzen und zu erweitern. Im Gegensatz zu diesem Denken von Vertretern der öffentlichen Politik und Verwaltung gibt es aber auch Bestrebungen, Netz und Social Communities «von unten» als Mittel

des Bürgerprotests zu entwickeln. So heisst es in einem Artikel von *Focus Online* zu Stuttgart 21:

Auf Twitter, Facebook und in diversen Blogs machen Menschen ihrem Unmut über das Milliarden-Bahnprojekt Luft, verlinken Videos vom harten Einsatz der Polizei und rufen zu weiteren Protesten in vielen deutschen Städten auf. «Wir wollen, dass Bilder unzensuriert ins Netz kommen und für jeden zu sehen sind», sagt Tilo Emmert. Der 39-Jährige betreibt seit einer Woche die Website CamS21.de. Gegner des Bauprojekts schicken ihm ihre Videos von den Demos, die er dann auf seine Seite stellt. (*Focus Online*, 1.10.2010).

Allerdings ist die Situation auch im Fall Stuttgart nicht so einfach. Denn auch die Befürworter des Projekts haben das Netz entdeckt und nutzen es, um dem Protest eigene Meinungsäusserungen entgegenzusetzen. So wertete es zwanzig Tage nach dem *Focus*-Artikel der Vorsitzende der Interessengemeinschaft «Bürger für Stuttgart21» es als «wahnsinnigen Erfolg», dass man die Facebook-Seite der Gegner «binnen weniger Wochen» zahlenmässig überflügelt hatte.

Die Illusion des «freien Internet»

Hinter dem Konzept des Internets als Medium «von unten» steht die Idee, dass die konventionellen Machtapparate der Staaten mit dem Internet als einem globalen und staatsübergreifenden Raum zu rechnen haben, der von nationalstaatlichen Regelungen her nicht mehr zu kontrollieren ist. Das freie Internet wird als ein die bestehenden Institutionen übergreifender virtueller Raum dargestellt, in welchem sich die Menschen frei assoziieren können, um jenseits der traditionellen politischen Sphäre eine Gegenmacht zu entwickeln. Solche Überlegungen sind früh schon im Internet vertreten worden – etwa von John Perry Barlow, der in den Neunzigerjahren in seiner «Declaration of Cyberspace Independence» schrieb:

Regierungen der industriellen Welt, Ihr müden Giganten aus Fleisch und Stahl, ich komme aus dem Cyberspace, der neuen Heimat des Geistes. Im Namen der Zukunft bitte ich Euch, Vertreter einer vergangenen Zeit: Lasst uns in Ruhe! Ihr seid bei uns nicht willkommen. Wo wir uns versammeln, besitzt Ihr keine Macht mehr. Wir besitzen keine gewählte Regierung, und wir werden wohl auch nie eine bekommen – und so wende ich mich mit keiner grösseren Autorität an Euch als der, mit der die Freiheit selber spricht. Ich erkläre den globalen sozialen Raum, den wir errichten, als gänzlich unabhängig von der Tyrannei, die Ihr über uns auszuüben anstrebt. Ihr habt hier kein moralisches Recht zu regieren noch besitzt Ihr Methoden, es zu erzwingen, die wir zu befürchten hätten. (Barlow 1996)

Dass die im virtuellen Netz sich bildende Gegenmacht reale Macht in Bedrängnis bringen kann, gehört ebenfalls zu den Überzeugungen der Anhänger eines freien Internet. Birmanische Mönche mit Digitalkamera, chinesische Dissidenten mit Facebook-Account, twitternde iranische Studenten – all dies sind jene Beispiele, welche die Macht des globalen Internet belegen sollten. Auch hier kam es allerdings bald zu einer gewissen Ernüchterung, welche Berger in Telepolis zusammenfasst: «Zum <Guten> haben diese onlinegestützten Proteste jedoch nichts verändert – Birma ist immer noch ein repressiver, autoritärer Staat, in China spielen sich die demokratischen Reformen in Zeitlupe ab und das iranische Regime ist seit den Protesten der Opposition sogar noch repressiver geworden» (Berger 2010). Wie die mächtigsten Staaten der Welt – unter ihnen nicht zuletzt die USA – gleichzeitig versuchten, ihre territorialen Grenzen zur Kontrolle des Cyberspace durchzusetzen, haben Goldsmith und Wu (2008) beschrieben, welche die Illusion einer grenzenlosen Welt im Internet zerpfücken. Sie zeigen nicht nur, wie es Staaten wie den USA und China gelang, die territoriale Kontrolle über das Netz zu einem grossen Teil zurückzugewinnen – dies z. B. über eine enge Kontrolle der Domain Namen oder die Geo-Identifikation von IP-Adressen, mit denen z. B. Mails aus bestimmten Ländern automatisch ausgefiltert werden. Goldsmith und Wu zeigen zudem für das Interesse der Staaten, die Souveränität über ihren Raum zu erhalten, auch ein gewisses Verständnis – insbesondere dort, wo es um eine effiziente Verfolgung der Cyberkriminalität geht. Und sie setzen der These vom schrankenlosen Internet eine eigene entgegen: «Es ist nicht nur so, dass die Nationen die Macht haben, die Architektur des Internets in unterschiedlicher Weise zu gestalten. Vielmehr benutzen Die USA, China und Europa ihre zwingende Macht um unterschiedliche Versionen zu verwirklichen, was das Internet sein könnte» (Goldsmith und Wu, 2008, 184). Wie jüngst allerdings «Wikileaks» oder der Umsturz in Tunesien gezeigt haben, bedeutet dies nicht, dass Strategien von Gegenmacht, die über die Netzkommunikation verlaufen, wirkungslos sind. Zwar war auch hier der Medienhype zu den direkten politischen Wirkungen von Internet- und Handykommunikation möglicherweise weit überzogen; doch es wurde damit angedeutet, was in Zukunft vom Internet als einem globalen Aufklärungsmedium noch erwartet werden kann. Auch wenn die staatlichen Gegenstrategien, wie sie Goldsmith und Wu (2008) beschrieben haben, den naiven Glauben an ein grenzenloses Internet widerlegt haben, sind die Schlupflöcher nicht so einfach zu verstopfen. Denn es gilt auch, wie es die Homepage von Wikileaks festhält, dass Gesetze und Immunitäten, die von nationalen und internationalen Gerichten, Komitees und anderen rechtlichen Institutionen angewandt werden, variieren (vgl. <http://www.wikileaks.ch/About.html>) und durch ein geschicktes Ausnützen der Spielräume ausgenützt werden können. Zusammenfassend ist festzuhalten: Geht man von Überlegungen im Rahmen eines klassischen Politikbegriffes aus, der sich an der Teilhabe am öffentlichen Diskurs

orientiert, so scheint das Potenzial des Netzes zur Revitalisierung demokratischer Prozesse beschränkt: Weder scheint es zu gelingen, neue Wählerschichten in grosser Zahl zu gewinnen, noch können die Mächtigen über eine Mobilisierung von Gegenmacht so einfach «ausgehebelt» werden.

Der Strukturwandel der Öffentlichkeit

Allerdings stellt sich in diesem Zusammenhang als zweite Frage, ob die Mediatisierung der Gesellschaft nicht die Kultur des Politischen selbst verändert. In dieser Richtung argumentiert z. B. Peter Dahlgren (2009), der die Veränderung des Politischen am Muster des Habermasschen Strukturwandels der Öffentlichkeit verdeutlicht. Habermas habe den öffentlichen Raum klar vom privaten abgetrennt als kommunikativen Raum eines öffentlichen Diskurses, der zur Entwicklung der öffentlichen Meinung und des politischen Wissens diene. Dieser entstand im 18. Jahrhundert aus dem literarischen Diskurs der Bürger; es bildete sich eine Sphäre der öffentlichen Meinung heraus, welche den Staat mit den Bedürfnissen der Gesellschaft vermittelt (Habermas 1990, 90). Die bürgerliche Öffentlichkeit lässt sich damit als spezifischer Raum der zum Publikum versammelten Privatleute begreifen: «Diese beanspruchen die reglementierte Öffentlichkeit alsbald gegen die öffentliche Gewalt selbst, um sich mit dieser über die allgemeinen Regeln des Verkehrs in der grundsätzlich privatisierten, aber öffentlich relevanten Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit auseinanderzusetzen» (Habermas 1990, 86). Das aus der literarischen Sphäre hervorgehende öffentliche Raisonement, also ein rationaler Diskurs, soll dazu beitragen, das Wohl des Gemeinwesens über private Partikularinteressen hinaus zu garantieren.

Allerdings stellt dieses gesellschaftliche Modell einer Koordination von Öffentlichkeit und Privatheit keinen Endzustand dar, der mit der Durchsetzung dieses Modells eines demokratischen öffentlichen Diskurses erreicht ist. Schon gegen Ende des 19. Jahrhunderts – als dieses Modell faktisch erst in wenigen Staaten realisiert war – kippte dieses Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit, was nach Habermas nicht zuletzt einer rasanten Medienentwicklung zu verdanken ist: Die immer stärkere gesellschaftliche Mediatisierung führte zu einer kommerziellen Massenpresse, und die Honoratiorenparteien verändern sich zu Organisationen auf Massensbasis. Sie wurden nun überlokal organisiert, entwickelten einen bürokratischen Apparat und waren auf ideologische Integration und die politische Mobilisierung der breiten Wählermassen ausgerichtet. Die Meinungsbildung verschob sich nach Habermas vom rasonierenden Publikum zu systematischer Propaganda und zu einer «vermachteten» Öffentlichkeit. Er beschreibt dies als «Kolonisierung der Lebenswelt», wo die über Geld und Macht vermittelten Imperative von Wirtschaft und Verwaltung die Lebenswelt zu beherrschen beginnen. Damit ergibt sich eine Dominanz der Systemzwänge einer ökonomischen und bürokratischen Rationalität (vgl. Moser 2008, 36f.).

Auf dem Weg zur «Lifestyle»-Demokratie

Habermas' Fazit am Ende des «Strukturwandels der Öffentlichkeit» ist ernüchternd: In den heutigen modernen Demokratien gibt es kaum noch eine rationale und argumentative Auseinandersetzung zwischen den Bürgern. Die Massenmedien verkünden allein die institutionell gefällten Entscheidungen der am politischen Machtvollzug und Machtausgleich beteiligten Gruppen. Viele Bürger ziehen sich damit in den Raum der Privatheit zurück – und gerade die Jungen koppeln sich von der konventionellen Politik ab, bzw. sind für deren Anliegen nicht mehr erreichbar. So haben Bennett, Wells und Rank (2008) argumentiert, dass die gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte unter den jungen Bürgern zu einem Rückzug aus der traditionellen Politik geführt haben, da sie sich kaum mehr durch eine vorgebliche Pflicht motivieren lassen, an den politisch konventionellen Formen des Wählens oder der Auseinandersetzungen mit den klassischen politischen «News» teilzunehmen. Demgegenüber seien sie eher bereit, sich auf Themen einzulassen, welche sich auf «Lifestyle»-Werte – von moralischen Einstellungen zu Alltagsereignissen bis zu Umweltfragen – beziehen. Bennet u. a. definieren in ihrer Studie diese «Lifestyle»-Politik wie folgt: Sie «umfasst grössere persönlichkeitsbezogen-expressive und selbst-aktualisierende Züge, die fluid sind und sich schnell verändern können. Im Gegensatz dazu wird das Gefühl der Verpflichtung, an den bürgerlichen Organisationen, Parteien und Wahlen teilzunehmen, immer noch von vielen älteren Bürgern aufrechterhalten, die sich weiterhin mit den definierenden Institutionen (Parteien, Kirchen, Gewerkschaften, Dienstleistungsorganisationen der fragmentierten modernen Bürgergesellschaften identifizieren» (Bennett u. a. 2008, 7). Gegenüber Habermas scheint mit dieser «Lifestyle»-Politik ein neuer Typus von Öffentlichkeit verbunden, die aus dem privaten Alltag emergiert und sich über individuelle Erfahrungen aus der privaten Auseinandersetzung mit Inhalten der Massenmedien bildet.

Im deutschsprachigen Raum haben Mikos und Toepper (2006) schon vor einigen Jahren eine ähnliche durch die Medien getragene Veränderung des Politikbegriffs bei Jugendlichen konstatiert: Gegenüber einem engen Politikbegriff, der sich auf Formen institutionalisierter Politik bezieht, betonen sie, dass politische Bildung versuchen müsse, an die Themen anzuknüpfen, die Jugendliche interessieren, um diese entsprechend ihrer Alltagsästhetik aufzubereiten. Politikvermittlung über Talkshows oder Soap Operas sehen sie durchaus als legitimen Weg an, um ein Interesse an Politik zu wecken. Die emotionalisierende Wirkung der Medien wird hier – ähnlich wie bei Dahlgren – nicht als Gegensatz zur Rationalität der öffentlichen Sphäre gesehen: «Politische Bildung wäre in dem Sinn als «Entertainment-Education» zu begreifen. Wichtige politische Werte und ethische Prinzipien der demokratischen Gesellschaft werden dabei in die Handlungen von Daily Soaps,

Familien- oder Krimiserien, Zeichentrickserien und Animes sowie Musiksendungen integriert» (Mikos und Toepper 2006, 14 f.).

Auf diese Weise ist die Durchlässigkeit des öffentlichen Raumes – einst als abgetrennte Sphäre des öffentlichen Bürgerdiskurses ausgezeichnet – über die Vermischung von Politik und Unterhaltung sowie anderen Formen populärer Kultur, wie sie in den Medien aufzufinden sind, in den letzten Jahrzehnten immer deutlicher geworden. In der heutigen Gesellschaft entstehen politische Meinungen und Überzeugungen oft in der Auseinandersetzung mit den Medien (also im privaten Raum). Aber auch das Internet und virtuelle Gemeinschaften wie Facebook scheinen geeignet, einem politischen Verständnis Raum zu geben, welches den Kontext des Privaten in den Vordergrund rückt. Die «Freunde» auf Facebook, welche sich gemeinsam für ein politisches Thema einsetzen und dies in der Gründung einer Gruppe kundtun, scheinen ja eher nach dem Muster von privaten Beziehungen zu funktionieren als nach dem Modell eines öffentlichen Diskurses, der die Sphäre der Privatheit bewusst ausblendet.

Der soziale Wandel der letzten Jahrzehnte hat denn auch nach Bennett u. a. zwei Paradigmen der politischen Teilnahme erzeugt, die für unterschiedliche Altersgruppen je verschieden attraktiv sind. Sie beschreiben diese unter dem Stichwort des «pflichtbezogenen» bzw. des «aktualitätsbezogenen» Bürgers, wie es in Abbildung 1 zum Ausdruck kommt:

Aktualitätsbezogener Bürger	Pflichtbezogener Bürger
Schwach ausgeprägtes Pflichtbewusstsein, am Staat teilzunehmen	Stark ausgeprägtes Pflichtbewusstsein am Staat teilzunehmen
Fokus auf «Lifestyle»-Politik: politischer Konsumismus, Freiwilligenarbeit, sozialer Aktivismus	Wählen ist der demokratische Kernakt
Misstrauen gegenüber Medien und Politikern – kleine Wahrscheinlichkeit, das politische Geschehen in den News zu verfolgen.	Grösseres Vertrauen in Führer und Medien – gut informiert über Themen und Regierungstätigkeit – verfolgt die News
Nimmt an losen Netzwerken zu sozialen Aktionen teil – kommuniziert über digitale Medien	Ist Mitglied von sozialen Organisationen, Interessengruppen – kommuniziert über die Massenmedien

Abb. 1: Paradigmen der politischen Identität in postindustriellen Demokratien.

Die in der obenstehenden Tabelle beschriebenen Typen sind idealtypische Konstrukte, um zu verdeutlichen, wie sich das Politikverständnis Jugendlicher im digitalen Zeitalter zu verändern beginnt. Bennett u. a. (2008, 9) nehmen zur Erläuterung nicht zuletzt die Wahlkampagne Obamas von 2008 in den USA auf. Sie entspreche dem Modell einer selbstexpressiven und selbst-aktualisierenden Politik, ähnlich wie sich junge Bürger auch generell in direkten Aktionen um Themen wie globale Erwärmung, soziale Verantwortung, einen gerechten Welthandel kümmern.

Eng verknüpft sind diese politischen Ausdrucksformen der jüngeren Generation mit den digitalen Medien. So nehmen Bennett u. a. Bezug auf den Bericht der MacArthur Stiftung (Jenkins u. a. 2006) zu einer durch das Internet und das Web 2.0 geförderten partizipativen Kultur, die gegenwärtig im Entstehen begriffen sei. Jenkins hebt in diesem Bericht hervor, dass junge Menschen in der digitalen Kultur über Lerndispositionen verfügen, die sich in entscheidender Weise von denen unterscheiden, die man bisher in den Schulen finde. Jugendliche der Netzgeneration favorisieren typischerweise die Zugehörigkeit zu losen Netzwerken gegenüber individueller Rezeption von Informationen. Sie möchten sich eher über das Produzieren eigener kreativer Inhalte ausdrücken als bloss zu konsumieren; und sie ziehen kollaboratives Problemlösen individuellen Ansätzen vor. Jenkins definiert die entstehende partizipatorische Kultur, welche über die formelle Partizipation von Wahl- und Abstimmungsdemokratien im klassischen Sinn hinausweist, mit folgenden Punkten:

Für diesen Moment definieren wir eine partizipative Kultur als eine

1. Mit relativ niedrigen Barrieren zu künstlerischem Ausdruck und zum Bürgerengagement.
2. Mit einer starken Unterstützung, um eigenen Kreationen zu schaffen und mit anderen auszutauschen.
3. Mit der Form eines informellen Mentorats, wobei das Wissen der am Meisten Erfahrenen an die Novizen weitergegeben wird.
4. Wobei die Mitglieder glauben, dass ihre Beiträge zählen.
5. Wobei die Mitglieder einen gewissen Grad an Verbindung zueinander spüren (im Mindestens interessieren sie sich dafür, was andere über das denken, was sie geschaffen haben). (Jenkins u. a. 2006, 7)

Nun hört sich diese Beschreibung einer partizipativen Kultur reichlich romantisch an – vor allem wenn man bedenkt, dass auch unter Jugendlichen die aktiven Gestaltungsmöglichkeiten im Internet gegenüber dem Konsum von Medieninhalten immer noch vorherrschend sind¹. So räumt auch Jenkins ein, dass nicht jedes Mitglied selbst eigene Beiträge leisten müsste; vielmehr seien alle frei, dann etwas beizutragen, wenn sie dazu bereit seien. Jedenfalls wird mit der Beschreibung einer partizipativen Kultur eher eine Aufgabe als ein realer Zustand bezeichnet,

¹ Die JIM-Studie 2010 stellt zum Beispiel fest: «Wie schon im Vorjahr gezeigt, stossen die meisten Web 2.0-Anwendungen auch 2010 bei den Jugendlichen auf wenig Interesse. Das Veröffentlichen eigener Inhalte beschränkt sich bei den Jugendlichen in der Regel auf die Darstellungen in den Social Communities. Lässt man diese aussen vor, so zeigt sich, dass das Erstellen eigener Internetinhalte nur sehr bedingt und nur bei einem Fünftel regelmässig stattfindet. Einmal pro Woche stellen 37 Prozent der Jugendlichen Inhalte online – sei es in Form von Einträgen in Newsgroups, Blogs, Podcasts, Tweets oder bei Wikipedia oder der Veröffentlichung von Fotos, Filmen oder Musikbeiträgen» (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2010, 34 f.)

wobei damit allerdings ein Potenzial verbunden wäre, das vermehrt im Sinne politischer Bildung genutzt werden könnte.

Neben solchen konzeptionellen Aussagen zu einer partizipativen Kultur stellt sich aber auch die Frage, wie diese unter den Bedingungen des Netzes heute bereits realisiert wird. Wie bereits geschildert, werden die Fragen nach den Spielräumen des politischen Handelns jenseits der etablierten politischen Organisationen unterschiedlich eingeschätzt. Um diese Fragen auch auf die politische Situation im deutschsprachigen Raum übertragen zu können, haben wir über einen Online-Fragebogen die Meinung junger Erwachsener erhoben welche sich auf Facebook aktiv für politische Gruppen engagieren.

Politik auf Facebook – empirische Daten

Die im Folgenden dargestellte Untersuchung will zur Klärung beitragen, wie weit die im Rahmen politischer Partizipationsprozesse immer häufiger erwähnte Social Community von Facebook einen neuen Weg zu politischem Interesse zu eröffnen vermag. Zentrale Frage war, ob die schweizerische Nutzer von Facebook dieses als ein Medium von «unten» sehen, das jenseits der offiziellen Politik so etwas wie eine Gegenmacht formuliert, bzw. thematische Anliegen der jungen Generationen im Sinne einer Entwicklung zu einer partizipativen Kultur aufgreift. Mit Bennet wäre zu fragen, ob sich der Paradigmenwechsel zu aktualitätsbezogenen Bürgerinnen und Bürgern an der Bildung von politischen Facebook-Gruppen ablesen lässt.

Besonders zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass das politische System der Schweiz mit dem Modell einer direkten Demokratie, das neben den Wahlen auch immer wieder Volksabstimmungen beinhaltet, in Vielem jenen Überlegungen zur partizipativen Kultur bereits entspricht, politische Beteiligung an verstärkt an inhaltlichen Themen auszurichten. Damit könnte vermutet werden, dass das schweizerische System der direkten Demokratie den Anliegen der jüngeren aktualitätsbezogenen Generation stärker entspricht als die klassische repräsentative Demokratie, die primär von der Beteiligung an Wahlen lebt.

Die hier zu referierende Untersuchung bezieht sich auf eine Online durchgeführte Fragebogen-Untersuchung mit 125 Antwortenden (in ihrer Mehrheit von 57,6 Prozent im Alter unter Dreissig). Befragt wurden Personen, die sich für politisch orientierte Gruppen in Facebook interessierten und sich dort als Unterstützer/innen eintrugen. Dabei waren die männlichen Teilnehmer mit 64 Prozent in der Mehrzahl. Sie gaben auch in einem weit stärkeren und Ausmass an, an politischen Fragen interessiert zu sein (68,8 Prozent der männlichen Befragten gegenüber 48,9 Prozent der weiblichen Befragten²).

Kontakte wurden über die Anmeldung bei Gruppen in Facebook aufgenommen, die sich inhaltlich an politischen Themen orientierten. Die Gründerinnen und

² Signifikant gemäss Chi-Quadrat ($p=0,028$)

Gründer wurden mit der Bitte angeschrieben, sich an der Umfrage zu beteiligen; ebenso wurde eine entsprechende Aufforderung an die Pinnwand der jeweiligen Gruppe geschrieben. Bei der Auswahl dieser Gruppen legten wir Wert darauf, ein breites politisches Interessenspektrum aufzugreifen – sowohl «linke» wie «rechte» Anliegen, aber auch solche, die politisch nicht so leicht zuzuordnen sind (Rauchverbot in Clubs, Buchpreisbindung, Schluss mit Kirchenglocken etc.). Dabei wurden Themen, die zum Zeitpunkt der Umfrage auf der offiziellen Agenda von Parteien standen und im öffentlichen politischen Diskurs verhandelt wurden (z. B. Migrationsfragen, EU-Beitritt, Mundart im Kindergarten etc.), ebenso berücksichtigt, wie «Lifestyle»-Themen, die in der offiziellen Politik wenig Resonanz hatten (Schluss mit Kirchenglocken oder gegen ein Rauchverbot in Clubs). Die Mitglieder folgender Gruppen erhielten die Aufforderung, einen Online-Fragebogen auszufüllen:

	Schluss mit der Hetze gegen Deutsche, Muslime und andere Ausländer
	5'000 für die Schweizer Demokratie
	Schweizer EU-Beitritt <u>Jetzt!</u> - Adhésion de la Suisse à l'UE dès à présent!
	Härtere Gesetze in der Schweiz für Mörder, <u>Kinderschänder</u> & <u>Vergewaltiger!!!</u>
	Esther Maurer muss weg - wer wird Stadt- und Gemeinderat?
	Ja zu Mundart in Schweizer Kindergärten
	JA für die Adoption von Kindern in gleichgeschlechtlichen Partnerschaften!
	Nein zur Buchpreisbindung - Non au <u>prix unique</u> du <u>livre</u>
	Gegen ein Rauchverbot in Clubs! Lieber Rauch- als Schweissgestank!
	Kultur von Roma, Sinti und <u>Jenischen</u>
	Initiative: Schluss mit Kirchenglocken

Abb. 2: Übersicht über die befragten Facebook-Gruppen.

Als ein erster Themenkomplex wurde untersucht, wie die Befragten selbst mit politischen Facebook-Gruppierungen umgehen. Die folgende Darstellung verdeutlicht, wie häufig sie solchen Gruppen beitreten:

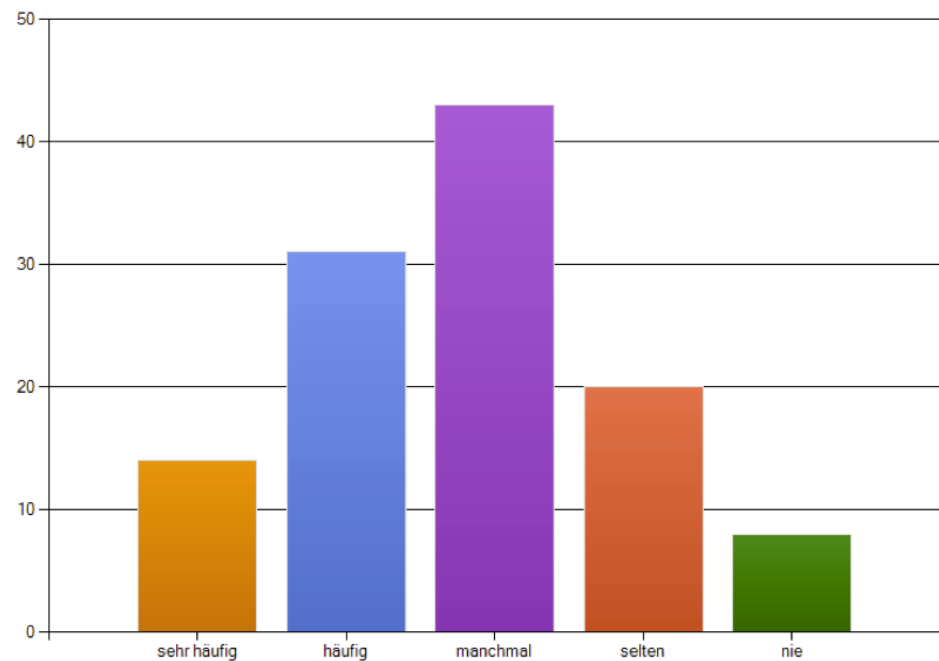


Abb. 3: Teilnahme an politischen Facebook-Gruppen.

Wenn die meistgenannte Nennung auch «manchmal» lautet, so treten immerhin 38,8 Prozent solchen Gruppen «häufig» oder «sehr häufig» bei. Was die Intensität betrifft, die das politische Engagement dabei ausdrückt, so antworteten 28 Prozent, dass sie nur beiträten und damit ihre Solidarität bekundeten. 53,3 Prozent lesen zusätzlich mit, wenn neue Nachrichten auf der Seite abgelegt werden und 20,5 Prozent beteiligen sich aktiv, indem sie z. B. selbst Nachrichten veröffentlichen. Zudem haben sich 40,7 Prozent der Befragten schon einmal selbst an der Gründung einer solchen Gruppe beteiligt, bzw. selbst eine solche gegründet. Diese Antworten verdeutlichen, dass diese Umfrage nicht an den Durchschnitt junger Erwachsener gerichtet war. Vielmehr handelte es sich um Personen, die eher überdurchschnittlich an politischen Fragen interessiert sind.

Der nächste Fragenkomplex betrifft die Motivationen, welche die Befragten dazu veranlassen, sich für politische Gruppen auf Facebook zu engagieren. Bei der folgenden Frage beantworteten alle Teilnehmenden jede der Unterfragen separat mit Zustimmung oder Ablehnung:

Ich interessiere mich für Facebook-Gruppen, um...	
Gleichgesinnte zu finden	58.9%
meine persönliche Meinung auszudrücken	81.4%
auf die Politiker Druck auszuüben	58.2%
eine Abstimmung oder eine Wahl zu beeinflussen	61.1%
einfach mal auf den Tisch zu klopfen	48.6%

Abb.4: Erwartungen zur politischen Meinungsäußerung in Facebook.

Deutlich wird hier, dass es vor allem darum geht, die persönliche Meinung auszudrücken. Signifikant höher ist bei den weiblichen Befragten gegenüber den männlichen die Anzahl jener, welche «einfach einmal auf den Tisch klopfen wollen» ($p=0.016$).

Dabei finden 93,5 Prozent, dass es bei politischen Äusserungen in Facebook darum geht, die Interessen von unten zu stärken. Nur 6,5 Prozent sehen darin eine Strategie der Mobilisierung von «oben» (durch Staat, Parteien, Wirtschaft). Einer der Befragten meint in einem Kommentar dazu: «Facebook hat es ermöglicht die faulen Bürger zu mobilisieren. Es ist einfach und vom Computer aus zu Hause zu bedienen.» 57,5 Prozent der Befragten meinen denn auch, dass von Facebook vor allem der einzelne Bürger profitiert.

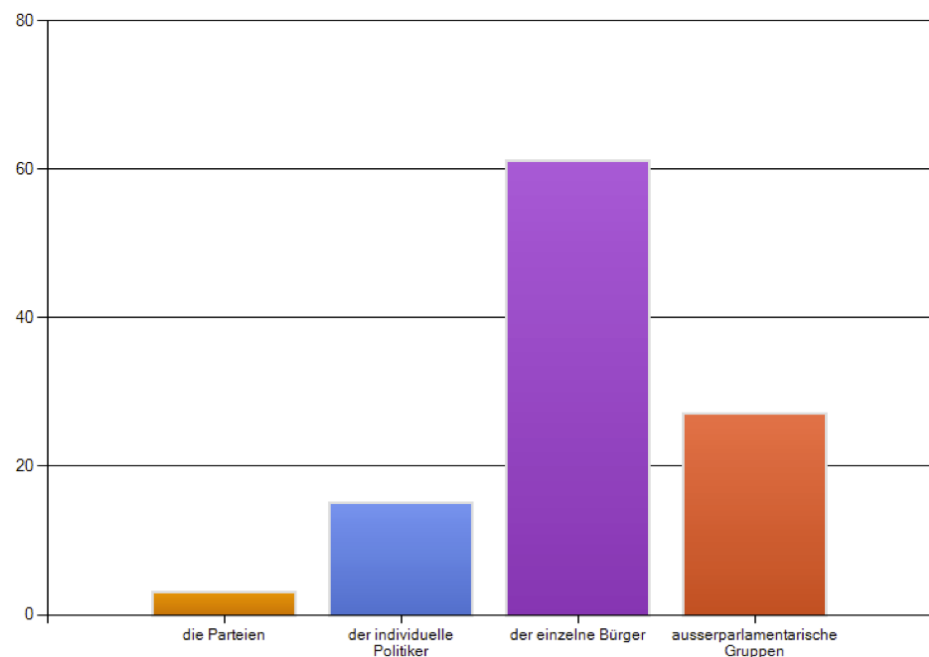


Abb. 5: Wer durch politische Meinungsäußerung in Facebook am Meisten gewinnt.

Abbildung 5 verdeutlicht, dass die offizielle Politik (Politiker und Parteien) nach der Meinung der Befragten nur wenig gewinnt. Lediglich rund ein Viertel sehen zudem ausserparlamentarische Gruppen als Gewinner. Möglicherweise sind solche Verbindungen zu locker, als dass für sie ein relevanter Gewinn resultierte. Demgegenüber sind es die einzelnen Individuen im Sinne einer Öffentlichkeit, die aus dem privaten Raum emergiert (mit einem Klick auf Facebook zur Unterstützung ihres Anliegens), welche am meisten profitieren.

Etwas irritierend scheint im ersten Moment die Beantwortung der Frage, wie gross der Einfluss von Facebook auf politische Entscheidungen sei. Einerseits wird in Abbildung 6 nochmals deutlich, dass die Individuen dadurch die Möglichkeit erhalten, sich politisch zu äussern, bzw. die «Politik aufzumischen». Gleichzeitig wird aber die Wirksamkeit von Facebook skeptisch gesehen: 56,6 Prozent sind der Meinung, dass die Auswirkungen von Facebook überschätzt werden. Am Ehesten wird ein indirekter Einfluss auf die «offizielle» Politik vermutet: «Ich denke nicht, dass Facebook einen direkten Einfluss auf Abstimmungen oder die Politiker selber hat. Wahrscheinlich gehen viele aus der Politik oder der Wirtschaft auf Facebook nachschauen, was der Trend ist, oder wie die Leute auf gewisse Themen reagieren.»

Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zur politischen Bedeutung von Facebook?	
	Trifft zu (in Prozent)
Facebook ist nur ein weiteres Feld für Politiker und Parteien, um sich zu profilieren.	41,8
Ohne Facebook wäre die Minarett-Initiative nicht durchgekommen.	9,3
Mit Facebook erhält der einfache Bürger eine Möglichkeit, mit Gleichgesinnten die Politik aufzumischen	63,3
Wer in Zukunft als Politiker gewählt werden will, kommt um Facebook nicht herum.	36,7
Die politischen Auswirkungen von Facebook werden heute weit überschätzt.	56,5

Abb. 6: Die politische Bedeutung von Facebook.

Auch hier scheint der Graben zwischen «offizieller» Politik und dem, was dazu mit Facebook erreicht werden kann, gross. Man kann sich auf Facebook zwar äussern und die eigene Meinung zur Sprache bringen, während gleichzeitig die Wirksamkeit dieser Form der Beteiligung im Rahmen politischer Entscheidungen für eher gering gehalten wird. Auf die Frage, ob die zum Umfragezeitpunkt heiss disku-

tierte gesamtschweizerische Abstimmung zu einem Verbot von Minaretten ohne Facebook nicht angenommen worden wäre, sahen lediglich 9,3 Prozent einen entscheidenden Einfluss von Facebook³. Aber auch die Frage, ob um Facebook nicht herumkomme, wer in Zukunft als Politiker gewählt werden sollte, wird nur von 36,7 Prozent positiv beantwortet. Allenfalls sehen die Befragten darin eine Chance für junge und unbekanntere Politikerinnen und Politiker: «Facebook ist eine neue Plattform für Politiker die noch nicht ihr ganzes Potential ausgeschöpft hat. So können auch eher unbekanntere Kandidaten auf sich aufmerksam machen und damit Wählerstimmen für sich gewinnen.»

Ein gewisser Widerspruch besteht auch zwischen der von Befragten mit Facebook verbundene Politik «von unten» und der Tatsache, dass immerhin 41,8 Prozent in Facebook nur ein weiteres Feld für die Politik sehen, um sich zu profilieren. Allerdings gibt es dazu in den (offenen) Kommentaren auch skeptische Stimmen wie die Folgende: Am Meisten gewinnen «individuelle Politiker, aber leider nur die Populisten, denn in Facebook wird oft nur einseitig diskutiert, Fakten werden weggelassen und verfälscht, es wird masslos übertrieben und verfehlt oft völlig die Realität. Für eine sinnvolle Politik ist Facebook gift.»

Die Verflechtung mit der offiziellen Politik ist jedenfalls intensiver als dies bei einem oberflächlichen ersten Blick auf die Facebook-Gruppen erscheint. Ging man zum Untersuchungszeitpunkt beispielsweise auf die offizielle Seite der Jungen Schweizerischen Volkspartei⁴, so wurde dort für verschiedene Facebook-Gruppen geworben wie

- die Eidgenössische Kommission gegen Rassismus (EKR) gehört abgeschafft!
- I'm ashamed of the poor loser, no minarett in Switzerland!!
- Minarett STOPP, Yes Swiss can! Religionsfreiheit statt Minarettverbot
- 5'000 für die Schweizer Demokratie.

Junge Mitglieder von etablierten politischen Organisationen gehören zudem auch zu den Gründungsmitgliedern von Gruppen, die ihre Anliegen in Facebook unterstützen – wobei jedoch wenig Transparenz besteht, weil sich solche Mitglieder von Facebook-Gruppen nicht als Parteigänger outen (was sowohl für «linke» wie «rechte» Parteien gilt). So vertreten viele der politischen Gruppen Anliegen, die z. B. der Sozialdemokratie – oder der Schweizerischen Volkspartei nahestehen – nur wird dies nicht ausdrücklich genannt.

3 Hier ist allerdings relativierend anzumerken, dass sich ein Teil der politischen Facebook-Gruppen, die in die Befragung aufgenommen worden waren, gegen diese Initiative mobil zu machen versuchten und damit auch aus diesem Grund auf diese Frage negativ antworteten.

4 Die Junge SVP ist die Jugendorganisation der Schweizerischen Volkspartei und damit jener konservativen politischen Partei, welche sich für Anliegen wie die Minarettinitiative stark machte. Sie argumentiert oft auch populistisch, indem sie sich jenseits der «Classe Politique» als direkter Ausdruck der Stimme des Volkes zu positionieren versucht.

Fazit

Die Befragung von Facebook-Nutzern macht deutlich, dass man nicht einfach von einer neuen und revitalisierten Demokratie sprechen kann, die sich über das Internet entwickelt. So kann man dem Economist nicht vollständig widersprechen, der in einem Artikel kritisiert. «Es gibt ein gewisses Gefühl der Oberflächlichkeit über einen grossen Teil des jugendlichen Online-Aktivismus. Jeder Teenager kann sich eine Facebook-Gruppe anschliessen, um die Opposition im Iran oder die Befreiungsgruppen im Tibet zu unterstützen. Doch ein solches Engagement ist flach» (*The Economist*, 4.3.2010).

Es scheint jedenfalls so, dass nachhaltige politische Arbeit über ein soziales Netzwerk wie Facebook kaum möglich ist. Die Stärken dieses Netzwerks sind vor allem im Bereich der Mobilisierung zu sehen – indem Jugendliche und junge Erwachsene eine Gelegenheit erhalten ihre Meinung zu äussern. Dem entspricht, was einer der Befragten in der Online-Befragung als besonderen Nutzen von Facebook sieht: «Facebook-Gruppen können in meinen Augen nur etwas zur Politik beitragen, wenn es sich um Aufrufe zu Demonstrationen, Sammeln von Unterschriften oder Aufrufe zu Boykotten handelt.» Eine generell skeptische Beurteilung zur Nachhaltigkeit nimmt Andreas Amsler, Geschäftsführer von politnetz.ch, in der Zeitung «20 minuten» vor: «Der politische Nutzen bleibe hingegen fraglich, denn eine effektive politische Mobilisierung – wozu das soziale Netzwerk Möglichkeiten böte – bleibe meistens aus. Zwar hätten die Gruppen «Ich schäme mich für das Resultat der Minarett-Initiative!» beziehungsweise «Ich schäme mich NICHT für das Resultat der Minarett-Initiative!» innert weniger Tage zehntausende Mitglieder angezogen. «An den Demonstrationen in den grossen Schweizer Städten erschienen aber bloss einige wenige Hundert Menschen», sagt Amsler» (*20 minuten*, 4.8.2010; online auf: <http://www.20min.ch/news/schweiz/story/28492438>). Die direkte politische Wirksamkeit von Netzwerken wie Facebook scheint zur Förderung einer nachhaltigen Vernetzung und Organisation gemeinsamer Interessen beschränkt, wo es darum ginge, sich im inhaltlichen Austausch mit ähnlich Gesinnten auf einer gemeinsamen Basis zu verständigen, politische Plattformen zu entwickeln, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, die sich zu mehr verpflichten als zu einem Mausklick auf dem Internet.

Die Kritik an Facebook bedeutet allerdings keineswegs, dass das Internet bei längerfristiger Politik oder in politischen Krisen generell keine Rolle spielt. Allerdings ist dann die Webpräsenz nur ein Ort der politischen Auseinandersetzungen, die genauso im physischen Alltag der Beteiligten stattfindet. Digitale Medien sind hier eher als Unterstützung von politischen Aktivitäten zu sehen, die sich ausserhalb der Medien kristallisierten. Van Donk u. a. betonen, dass die digitalen Medien die Kapazität einer solchen Bewegung erhöhen, um in einer kohärenten und koordinierten Weise schnell auf externe Herausforderungen zu reagieren und um weniger

abhängig von den etablierten Massenmedien zu sein, um eigene Botschaften zu transportieren etc. (van Donk u. a. 2004, 11). Vor allem in politischen Krisen scheint die schnelle Vernetzung über soziale Netzwerke ein wirksames politisches Mittel zu sein, wie dies 2011 sowohl die Proteste gegen das ungarische Mediengesetz wie der Umsturz in Tunesien deutlich machten. Dennoch scheinen Schlagzeilen wie «Mit Facebook Regime gestürzt» genauso übertrieben wie die entgegengesetzte Auffassung, wonach der Anteil von sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter etc. bei solchen politischen Erdbeben auf Null hin tendiere.

Allerdings sollte man die politische Seite des Web 2.0 nicht allein aus der Perspektive der offiziellen Politik und der darauf bezogenen grösseren oder kleineren Wirksamkeit von Aktivitäten sehen. Für Junge, die meist wenig parteigebunden sind, sind Facebook und andere Partizipationsmöglichkeiten auf dem Internet schon deshalb attraktiv, weil sie ihre Meinung öffentlichkeitswirksam demonstrieren können und die zunehmenden Mitgliederzahlen «ihrer» Gruppen beobachten können. Gefragt sind dabei die Meinungen «von unten», ohne dass sie durch politische Organisationen gefiltert werden – oder wie es einer der Befragten ausdrückt: «Ich denke es geht hier mehr um Emotionen ... Meinung wenn man einer Gruppe beitrifft.» Hier ist nochmals jener Begriff einer aktualitätsbezogenen Politik aufzugreifen, wie er von Bennett u. a. (2008) beschrieben wird. Wenn ein «Thema» auf den Nägeln brennt, dann hat man mit den sozialen Netzwerken eine neue Möglichkeit, sich individuell dazu auszudrücken – auch wenn daraus direkt keine weiteren Konsequenzen erwachsen.

Dies ermöglicht auch medienpädagogische Aktivitäten im Sinne einer politischen Bildung mit Medien. Aus einem Politikverständnis, das die alltäglichen Themen eines aus dem privaten Umgang mit Medien entstammenden Interesses ernst nimmt, könnte sich gerade für die Schule und die politische Bildung eine neue Aufgabe ergeben. Denn es könnte ein Ziel sein, die mit dem Klick geäusserte Solidarität mit einem Anliegen aufzugreifen, Hintergründe zu erarbeiten und zu diskutieren, zu recherchieren, wie dieses Thema von der offiziellen Politik und den Medien behandelt wird, vielleicht sogar selbst eine Gruppe zu gründen etc. So könnten im politischen Unterricht jene Themen, die politisch hoch auf der Agenda der Facebook-Gruppen stehen, im Rahmen von Unterrichtsprojekten z. B. mit folgenden Aufgabenstellungen aufgearbeitet werden:

- Welches sind die Motive, die hinter einer solchen Facebook-Gruppe stehen;
- Was findet man darüber auf der Facebook-Seite?
- Wie stehen die politischen Parteien zu den dort vertretenen Anliegen?
- Was sagen Jugendliche Unterstützer dazu, welche per Mail angefragt werden?
- Welche Themen könnten mit einer eigenen Gruppe aufgegriffen werden?
- Wollen die Schülerinnen und Schüler selbst im Rahmen einer Projektarbeit eine solche Gruppe gründen?

Wenn es zutrifft, dass Jugendliche und junge Erwachsene zunehmend von diesem neuen Politikverständnis motiviert sind, so ist dies nicht nur als Tatsache zu konstatieren. Vielmehr muss es darum gehen, die Sensibilität für alltagsnahe politische Problemstellungen mit einem öffentlichkeitswirksamen Handeln zu verknüpfen bzw. deutlich zu machen, wie daraus eine wirksame Strategie der politischen Mobilisierung entwickelt werden kann.

Literatur

- Badger, Mark, Paul Johnston, Martin Stewart-Weeks und Simon Willis. 2004. «The Connected Republic – Changing the Way We Govern.» San Jose, CA: Cisco Systems. http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/wp/The_Connected_Republic.pdf.
- Barlow, John Perry. 1996. «Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace.» *Telepolis*, 29.2.1996: <http://www.heise.de/tp/artikel/1/1028/1.html>.
- Bennett, Lance W. 2007. «Changing Citizenship in the Digital Age.» Prepared for OECD/INDIRE Conference on Millennial Learners, Florenz, 5.–6. März 2007: http://spotlight.macfound.org/resources/Bennett-Changing_Citizenship_in_Digital_Age-OECD.pdf.
- Bennett, Lance W., Chris Wells, Allison Rank. 2008. «Young Citizens and Civic Learning: Two Paradigms of Citizenship in the Digital Age.» Center for Communication & Civic Engagement (www.engagedcitizen.org). Seattle: University of Washington. http://www.engagedyouth.org/blog/wp-content/uploads/2008/08/youngcitizens_clo_finalaug_1.pdf.
- Berger, Jan. 2010. «Welchen Einfluss hat das Internet auf die Widerstandskultur des 21. Jahrhunderts?» *Telepolis*, 23.1.2010: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/31/31873/1.html>.
- Bundesministerium des Innern. 2006. «BundOnline 2005. Umsetzungsplan 2004 – Status und Ausblick.» Berlin. http://www.epractice.eu/files/media/media_218.pdf.
- Dahlgren, Peter. 2006. «Mediated Democracy and the Centrality of Civic Identities and Practices.» [http://ics.leeds.ac.uk/Notes/News/20th%20April%202009/Papers\(C.3.17.1\)/Dahlgren.pdf](http://ics.leeds.ac.uk/Notes/News/20th%20April%202009/Papers(C.3.17.1)/Dahlgren.pdf).
- Fraser, Matthew und Soumitra Dutta. 2008. *Throwing Sheep in the Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World*. Chichester: Wiley.
- Goldsmith, Jack und Tim Wu. 2008. *Who Controls the Internet: Illusions of a Borderless World*. Oxford: Oxford University Press.
- Habermas, Jürgen. 1990. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Jenkins, Henry u.a. 2006. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.

- Lahmann, Christoph. 2010. «eGovernment und Web 2.0.» Kongress Neue Verwaltung 18.–19.5.2010. <http://www.dbbakademie.de/fileadmin/dokumente/Tagungen/2010/Lahmann.pdf>.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. 2010. *JIM-Studie 2010: Jugend, Information, (Multi-)Media*. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf>.
- Mikos, Lothar und Claudia Töpfer. 2006. «Man müsste das Gefühl haben, dass ich was verändern kann.» *Television* 19 (2): 11–15. http://www.br-online.de/jugend/izi/jugendfernsehen/artikel/pdf/mikos_toepper.pdf.
- Moser, Heinz. 2008. «Die Medienpädagogik und der zweite Strukturwandel der Öffentlichkeit.» In *Jahrbuch Medienpädagogik 7: Medien, Pädagogik, Politik*, hrsg. v. Heinz Moser, Werner Sesink, Dorothee M. Meister, Brigitte Hipfl und Theo Hug, 23–50. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Orszag, Peter R. 2009. «Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies.» Washington. http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/memoranda_2010/m10-06.pdf.
- Schellong, Alexander und Philipp Girger. 2010. «Government 2.0 in der Beta-phase: Eine Analyse von ePartizipation und Web 2.0 Anwendungen der 50 größten Städte und 16 Bundesländer in Deutschland.» *CSC Policy Paper 6*: http://assets1.csc.com/de/downloads/CSC_policy_paper_series_06_2010_government_20_betaphase.pdf.
- van de Donk, Wim, Brian D. Loader, Paul G. Nixon und Dieter Rucht. 2004. «Introduction: Social Movements and ICTs.» In *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*, hrsg. v. Wim van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon u. Dieter Rucht, 1–26. London: Routledge.