

STANDPUNKTE 12 / 2013

PETER DAHLGREN

VERBESSERN SOZIALE MEDIEN DIE DEMOKRATISCHE PARTIZIPATION?

BEDEUTUNG UND SCHWIERIGKEITEN EINER REALISTISCHEN EINSCHÄTZUNG

Über Rolle und Bedeutung sozialer Medien für die Demokratie wird unvermindert intensiv debattiert und geforscht, vor allem was die Bürgerbeteiligung in der Politik anbelangt. Diskussionen dazu tragen häufig entweder einen optimistischen oder einen pessimistischen Charakter, wobei Forschungsergebnisse scheinbar beide Argumentationen belegen können. Andere Stimmen wiederum mahnen bei diesem Thema zu weniger Leidenschaft und mehr Realismus. Der vorliegende Aufsatz teilt letztere Ansicht. Er betont jedoch auch, dass es zuweilen nicht ganz einfach ist, realistisch zu sein: Um die Wirkung sozialer Medien zu verstehen, müssen wir sie in ihren sozialen Kontexten betrachten. Auch wenn dies kompliziert sein kann, erweist es sich doch als die beste Vorgehensweise. In diesem Aufsatz wird aus einer kontextualisierenden Perspektive heraus versucht, sowohl das demokratische Potenzial als auch die Grenzen sozialer Medien auszuloten. Dies schließt das Verständnis dessen mit ein, wie soziale Medien in unser tägliches Leben integriert sind. Deshalb werden Art und Weise (medial) vermittelter politischer Partizipation ebenso beleuchtet wie einige technische und soziale Merkmale, die den Charakter sozialer Medien formen.

Die Bedeutung der sozialen Medien für Demokratie und Partizipation ist ein immer wichtigeres Thema in der öffentlichen Debatte und in der Forschung geworden. Bis heute spiegeln sich dort Diskussionen wider, die Mitte der 1990er Jahre geführt wurden. Damals wurde das Internet zu einem Massenphänomen. Die Diskussionen in Zeiten des Web 2.0 sind jedoch viel komplexer, weil die Medienlandschaft sich rasant weiter entwickelt hat. Zudem sind die heutigen Debatten geprägt durch sich scheinbar widersprechende Forschungsergebnisse, die sowohl die enthusiastische als auch die skeptische Haltung zu sozialen Medien stärken. Andere Stimmen wiederum argumentieren, dass Emotionalität bei diesem Thema vermieden werden und man stattdessen «realistisch» sein sollte.

Während ich vollkommen damit übereinstimme, dass wir uns bemühen sollten, so realistisch wie möglich zu sein, ist es nicht immer leicht, diesen Realismus in der Praxis umzusetzen. Das liegt darin begründet, dass soziale Medien nicht in einem sozialen Vakuum agieren. Ihre Bedeutung und Wirkung sind viel mehr kontextabhängig. Auch wenn wir letzten Endes keine endgültigen Schlüsse ziehen können, so bietet eine kontextabhängige Perspektive doch eine viel bessere Chance, Potenziale und Grenzen sozialer Medien realistisch einzuschätzen und sie als demokratische Kraft zu nutzen.

Zu Beginn werde ich kurz – vor dem Hintergrund einer Demokratie, die sich in der Krise befindet – einige der wichtigsten Argumente zur Rolle sozialer Medien skizzieren. Davon ausgehend werde ich einen Blick auf soziale Medien als Teil unseres Alltagslebens werfen. Wichtig ist dieses kontextualisierende Verständnis vor allem, wenn wir die politische Funktion sozialer Medien analysieren möchten.

Anschließend widme ich mich der Idee von politischer Partizipation durch Medien, als einer wichtigen Dimension der Problemstellung. Schließlich komme ich auf etwas zu sprechen, das ich als Web-Logiken bezeichne – grundlegende Eigenschaften, die den Charakter sozialer Medien formen.

UMSTRITTENE ARGUMENTATIONEN

Darin, dass sich die Demokratie in den westlichen Gesellschaften in ernststen Schwierigkeiten befindet, stimmen die meisten BeobachterInnen überein. Verschiedene Ansichten gibt es hingegen darüber, weshalb dies der Fall ist und was angesichts dessen zu tun sei. Offensichtlich sind der Angriff des Neoliberalismus und dessen Marktorientierung, die mit der Globalisierung und einem Rückgang der relativen staatlichen Macht einhergehen, von zentraler Bedeutung für das Verständnis der demokratischen Missstände. Der korrumpierende Einfluss von Vermögensinteressen auf die Politik ist ebenfalls ein Schlüsselfaktor. Daneben gibt es viele verschie-

dene, oft informelle Mechanismen der Exklusion, mit denen die politische Wirkungskraft der BürgerInnen ausgehöhlt werden. Andere Stimmen verweisen auf einen zügellosen Individualismus und eine verminderte Solidarität oder auch auf eine wachsende soziale und kulturelle Heterogenität als Ursache. Während die jeweiligen nationalen Erzählungen variieren, wird das demokratische Defizit in der EU dennoch von den meisten BürgerInnen der Mitgliedsstaaten als solches erkannt. Generell besteht Konsens darüber, dass die Vitalität und vielleicht sogar das Überleben der Demokratie nicht als sicher gelten können. Ironischerweise ist dies insbesondere seit dem Zusammenbruch des Kommunismus der Fall.

Zu den Schwierigkeiten, denen das demokratische System ausgesetzt ist, gehört ein allgemeiner Rückgang zivilgesellschaftlichen Engagements. Die Loyalität gegenüber Parteien nimmt ab und ebenso die Beständigkeit im Abstimmungsverhalten. BürgerInnen reagieren zunehmend mit Zynismus und einem Gefühl der Machtlosigkeit. Gleichzeitig erhalten alternative, sich außerhalb des parlamentarischen Systems positionierende politische Projekte wachsenden Zulauf und es entstehen allerorten Protestparteien, vor allem der Rechten. Dies schließt auch ideologisch gemischte Gruppierungen wie die Piratenpartei mit ein. Verglichen mit der Anzahl von BürgerInnen, die sich auf vielfache Weise aus der Mainstreampolitik ausgeklinkt zu haben scheinen, muss man allerdings feststellen, dass die Zahl der dort aktiven Menschen meistens recht gering ist.

Wir scheinen komplett von sozialen Medien umgeben zu sein. Es überrascht daher nicht, dass einige AnalystInnen (die enthusiastische Fraktion) hierin eine Art Schnell-Stabilisator für die Demokratie sehen. Die SkeptikerInnen hingegen sind der Ansicht, soziale Medien würden zu keinen wirklichen Veränderungen führen und könnten im Gegenteil gar schädlich für die demokratische Entwicklung sein. Werfen wir doch einen Blick auf die wichtigsten Argumente.

Die EnthusiastInnen feiern die Tatsache, dass soziale Medien horizontale, zivilgesellschaftliche Kommunikation fördern und Individuen und Gruppen miteinander in Kontakt bringen können. Auch sind die neuen, mit dem Web 2.0 verbundenen Technologien sehr preiswert und einfach zu handhaben. Dies ermöglicht ein großes Maß an kreativer Beteiligung. Die EnthusiastInnen verweisen außerdem darauf, dass den sozialen Medien angesichts von Debatten, bei denen häufig politische und persönliche Bereiche miteinander verbunden werden, eine Schlüsselrolle in der Meinungsbildung zukommt. In den sozialen Medien können politische Themen schnell «ausbrechen», indem Engagement mobilisiert wird oder Themen «viral» werden. Vor allem für jene, die im alternativen Politikbereich aktiv sind, sind soziale Medien eine unermessliche Ressource. Und tatsächlich wird auch argumentiert, dass viele Aktivitäten sozialer Bewegungen, zivilgesellschaftlicher Bündnisse, Nichtregierungsorganisationen oder anderer Akteure ohne die Hilfe dieser Medien nicht einmal existieren würden.

Überdies können soziale Medien dafür sorgen, dass Menschen eigene Kompetenzen, im Sinne von Empowerment, erfahren. Immer mehr BürgerInnen engagieren sich sogar in Aktivitäten, die dem Journalismus ähneln. Nicht zuletzt zeichnen sich die Ausdrucksformen in den sozialen Medien durch eine große Vielfalt aus und sind nicht an eine strikt rationale Form gebunden. Dadurch wird es möglich, dass viele verschiedene Stimmen in verschiedenen Tonlagen Gehör finden.

Die SkeptikerInnen kontern hingegen mit dem Fakt, dass der Zugang zum Internet im Allgemeinen und zu sozialen Medien im Besonderen, nicht per se dazu führt, dass Menschen sich politisch engagieren. Denn politisches Partizipieren basiert auf einem Wechselspiel vieler weiterer Faktoren. Außerdem steht Politik für gewöhnlich ganz weit unten auf der Liste der Aktivitäten, für die soziale Medien genutzt werden. Und angesichts des intensiven Wettbewerbs um Aufmerksamkeit sind Menschen im Internet auch tatsächlich mit einer scheinbar unendlich großen Zahl von Möglichkeiten konfrontiert, wie sie mit Informationen, Konsum, Entertainment, geselligem Beisammensein und weiteren Erfahrungen umgehen. Die meisten dieser Möglichkeiten haben jedoch nichts mit Politik zu tun. Und BürgerInnen können, wenn sie erst einmal online sind, auch ohne Weiteres in die Rolle von KonsumentInnen wechseln.

Weiter argumentieren die SkeptikerInnen, dass bedauerlicherweise auch Mobbing und Schikane im Netz sehr verbreitet sind und so zuweilen Stimmen zum Schweigen gebracht werden. Darüber hinaus können soziale Medien in autoritären Regimen auch für die politische Kontrolle genutzt werden. Erst kürzlich ist uns bewusst geworden, wie stark selbst demokratische Regierungen die sozialen Medien zur politischen Überwachung nutzen.

Knapp umrissen sind dies einige Hauptargumente beider Lager. Wenn wir die etwas plumpe Frage stellen: «Können soziale Medien die Demokratie sichern?», muss die Antwort ein deutliches «Nein» sein. Denn das Dilemma der Demokratie besteht nicht in einem Mangel aus Bildschirmen oder Tastaturen. Wenn wir uns allerdings vor Augen führen, wie tief greifend soziale Medien auf andere Sphären des sozialen Lebens einwirken, wäre es verwunderlich, wenn soziale Medien nicht ebenso in die Sphäre der Politik hineinwirken würden. Der erste Schritt zur Stärkung einer realistischen Perspektive besteht daher in der Annahme, dass sowohl EnthusiastInnen als auch SkeptikerInnen in gewisser Weise ihre Erkenntnisse überbewerten. Im Folgenden soll diese Vermutung ein wenig genauer unter die Lupe genommen werden.

EIN BESTANDTEIL DES ALLTAGSLEBENS

Das Web als Sammelbegriff umfasst nicht zuletzt das, was wir als soziale Medien bezeichnen. Letztere sind meist der relevanteste Aspekt des Internets in Bezug auf Partizipation. Doch die häufige Verwendung des Begriffs «soziale Medien» lenkt von der Tatsache ab, dass eine Vielzahl technischer Plattformen zu verschiedenen Zwecken verwendet werden kann. Deshalb müssen wir sehr genau sein, wenn wir über soziale Medien sprechen. Und wir müssen vorsichtig sein, wenn wir Schlussfolgerungen aus einer bestimmten Form ziehen, obwohl die Fakten auf einer anderen Form beruhen.

Facebook bietet für Diskussionen beispielsweise vielfältigere Kommunikationsmöglichkeiten als Twitter. Twitter ist jedoch viel nützlicher, um Kurzbotschaften, etwa beim Koordinieren einer großen Demonstration, sehr schnell an eine große Personenzahl zu versenden. Im Gegensatz dazu kann YouTube unter anderem dazu genutzt werden, politische Veranstaltungen direkt audiovisuell zu dokumentieren, während Blogs sich eher für das Präsentieren einer persönlichen politischen Sichtweise eignen. Der Kontext der jeweiligen Nutzung spielt eine besondere Rolle.

Soziale Medien haben ein Umfeld geschaffen, in dem mehr und mehr Menschen viel Zeit mit einer Vielzahl von Ak-

tivitäten verbringen. Das reicht von der sozialen Interaktion mit Freunden bis hin zum Bloggen von Klatsch und Tratsch, von der Suche nach Musik bis zur Suche nach Nachrichten, vom Einkaufen bis zum Finden eines Partners oder einer Partnerin. Soziale Medien sind zu Websites geworden, deren Existenz uns selbstverständlich erscheint und in die ein immer größer werdender Teil des Alltagslebens eingebettet ist. Und obwohl wir zwischen On- und Offline-Kontexten noch immer einen Unterschied machen können und auch sollten, ist unser Alltagsleben abhängig von deren Verflochtenheit. Diese Eigenschaft ist besonders wichtig für das Thema der Partizipation: Denn soziale Medien, so scheint es, können einen viel leichteren Zugang zu Politik bieten.

Derartige Medien verstärken zudem die Vernetzung als Form der sozialen Organisation. Netzwerke sind wichtig, weil sie horizontale Kommunikation ermöglichen. Menschen und Organisationen können sich direkt miteinander vernetzen, um Informationen auszutauschen, sich gegenseitig Unterstützung anzubieten, sich zu organisieren, zu mobilisieren oder kollektive Identitäten zu stärken. Netzwerke bieten eine Kommunikationsstruktur, die für nicht-hierarchische, demokratische soziale Beziehungen gut geeignet ist. Netzwerke sind niemals völlig statisch. Sie befinden sich, als Reaktion auf interne und externe Effekte, in ständiger Entwicklung und passen sich an, wenn Situationen sich ändern. Bezogen auf das Engagement innerhalb einer Demokratie ist diese Anpassungsfähigkeit natürlich von großer Bedeutung.

Nicht zuletzt kann das vermittelte Terrain des sozialen Lebens als etwas verstanden werden, das sich permanent in Bewegung befindet, mit konstanten Neuerungen, sowohl was den Inhalt als auch was die Form angeht. Sich selbst täglich in dieses intensive dynamische Milieu zu begeben, heißt, sich an eine Kultur des ununterbrochenen Wandels anzupassen – auch wenn die NutzerInnen selbstverständlich ihre eigenen stabilisierenden Routinen im Umgang mit dem Internet entwickeln. Soziale Medien bringen häufig eine dramatische Erweiterung des persönlichen Bezugsrahmens von Menschen mit sich. Das kann bereichernd sein, aber auch Stress erzeugen. Letzteres Phänomen ist auch als FOMO (Fear Of Missing Out – Deutsch etwa: Angst, etwas zu verpassen) bekannt. Kurz gesagt, die Verflechtung sozialer Medien mit Schauplätzen des Alltags ist beides: sowohl stärkend als auch ablenkend.

DIE MEDIAL VERMITTELTE PARTIZIPATION UND IHRE DYNAMIKEN

Während es in diesen Tagen schwieriger sein kann, sicher zu definieren, was «Politik» ist (angesichts zahlreicher neuer Formen die sie annimmt, einschließlich persönlicher Politik, Einzelthemenpolitik, Lebenspolitik, Lifestyle-Politik, Kulturpolitik, Identitätspolitik und so weiter), muss politische Partizipation an einem bestimmten Punkt mit den Machtverhältnissen in Berührung kommen. Diese Machtdimension ist Teil aller sozialen Beziehungen, sowohl auf der Mikro-Ebene unseres Alltagslebens als auch in größeren, strukturellen Ebenen der Gesellschaft. Es geht nicht um die Möglichkeit oder gar die Notwendigkeit, Machtbeziehungen zu beseitigen. Vielmehr geht es darum, Ungleichheiten oder illegitime Formen von Macht infrage zu stellen. Eine der größten Errungenschaften der Demokratie ist, dass wir das in zivilisierter Form ohne die Anwendung von Gewalt tun können.

Folglich besteht politische Partizipation aus mehr als nur dem Zugang zu Medien oder kommunikativer Interaktion.

Diese sind zwar häufig notwendig, aber für wirkliche Politik niemals ausreichend. Politik bedeutet immer auch einen gewissen Grad an Streit und Auseinandersetzung in der sozialen Welt. Es ist daher hilfreich, die Unterscheidung von Partizipation *in* den Medien und Partizipation *über* die Medien im Kopf zu behalten. Das Partizipieren *in* den Medien kann einen politischen Effekt mit sich bringen – etwa Auseinandersetzungen über die redaktionelle Kontrolle eines Diskussionsforums. Am häufigsten geht es hierbei jedoch um ein leidenschaftliches Engagement in der symbolischen Welt der Medien selbst, das keine praktische Auswirkung für die jenseits davon liegende soziale Welt hat (mit der möglichen Ausnahme einer gewissen ideologischen Stärkung).

Partizipation *über* die Medien führt uns andererseits in die sozialen Sphären jenseits der Medien. Die Partizipation in diesen Sphären wird durch die Medien ermöglicht, doch der Fokus des Engagements liegt auf jenen Zusammenhängen und Themen, mit denen Medien die Menschen in Kontakt bringen. Unsere Beziehung zum Sozialen nimmt zunehmend den medial vermittelten Weg. Somit wächst die Bedeutung sozialer Medien, wie auch die anderer Medienformen. Hier stößt man auf eher kontextuelle Fragestellungen: Weil das politische Leben zunehmend medial vermittelt wird, ist es notwendig, sich bewusst zu sein, auf welche Art und Weise sie die Partizipation beeinflussen. Hinsichtlich der sozialen Medien wäre es wichtig, kurz auf etwas einzugehen, was als «Web-Logiken» bezeichnet werden könnte.

WEB-LOGIKEN

Die vorherrschenden Strukturen wirtschaftlicher und politischer Macht in der Gesellschaft neigen dazu, sich im Web ebenfalls zu entfalten. Sie sind zudem verflochten mit den wichtigsten Logiken, die das Internet und die sozialen Medien definieren. Drei große Kategorien von Web-Logiken lassen sich bestimmen: zuerst die *technischen* Logiken, die sich aus der grundlegenden Architektur und Infrastruktur des Internets ableiten. Sichtbar werden sie in der generellen Netzwerkstruktur des Internets, in den Links sowie im spezifischen technologischen Angebotscharakter vorhandener Werkzeuge und Plattformen. Zweitens gibt es *politisch-wirtschaftliche* Logiken. Diese Logiken lenken unsere Aufmerksamkeit auf die Konzentration und die Privatisierung von Besitz. Sie rücken den Prozess der Kommerzialisierung im Rahmen des Internets als auch des Netzes selbst in den Fokus. Drittens gibt es *soziale* Logiken. Diese sind soziokultureller Natur und eingebettet in die Praktiken der NutzerInnen: digitale Kompetenzen, Muster der Nutzung und Dynamiken sozialer Netzwerkbeziehungen.

Das Wechselspiel zwischen technischen, politisch-wirtschaftlichen und sozialen Logiken bietet einen generellen Ansatz für die Herausarbeitung kontextueller Merkmale von sozialen Medien. Ändern sich Umstände und Verwendung sozialer Medien, können sich auch die Logiken weiterentwickeln. Dennoch können sie zu jedem beliebigen Zeitpunkt als signifikante Parameter dienen, welche die Internet-Nutzung lenken. Die Web-Logiken wirken zudem in komplexen Beziehungen, die sich gegenseitig verstärken oder einander widersprechen können, obgleich es eine Tendenz zur Dominanz der politisch-ökonomischen Dynamiken gibt. Dabei hängt ihre hegemoniale Position, die sich nicht zuletzt durch regulatorische Mechanismen und kommerzielle Imperative ausdrückt, natürlich mit der hegemonialen Position des Neoliberalismus im allgemeineren Sinne zusammen.

Wenn wir die technischen Logiken näher betrachten, fällt die Rolle von Google und Googles Einfluss auf die Funktionsweise des Internets auf. Die Bedeutung der technischen Logiken von Google kann kaum überschätzt werden. Mittlerweile verfügt dieser Koloss über den größten Informationspool der Weltgeschichte: sowohl von privaten als auch von öffentlichen Daten. Diese Entwicklung ist in vielerlei Hinsicht völlig überraschend. Google bestimmt nicht nur, wie wir Informationen suchen, sondern auch, welche Information verfügbar ist und wie wir diese ordnen, speichern und verwenden. Kurzum: Diese von Google vorgegebenen Strukturen sind mittlerweile ein ganz entscheidendes Merkmal der Netzarchitektur, und «googeln» ist gar zum Verb geworden.

Das Unternehmen konzentriert durch sein Wachstum mittlerweile eine enorme Macht auf sich, die zu großen Teilen nicht bezifferbar ist. Sie versteckt sich hinter dem fröhlichen Konzernmotto: «Don't be evil» (zu Deutsch etwa: Sei nicht böse). Diese Macht gründet auf einem enormen Vertrauen, das Google aufzubauen gelungen ist. Doch zunehmend tauchen sehr ernste Fragen zu Copyright und Datenschutz auf. Fragen danach, wie Google seine Informationen nutzt. Fragen nach Googles eigener Agenda beim Bemühen, globales Wissen zu ordnen, und Fragen nach der Rolle von Google in der Demokratie. Die wirklich beeindruckenden Leistungen sollen damit keineswegs geschmälert werden. Allerdings hat Google eine Position erlangt und verfolgt bestimmte Aktivitäten, die zwar angesichts seiner Position völlig logisch sind, die jedoch Fragen aufwerfen hinsichtlich der Themen Informationen, Demokratie, Verantwortung und Macht im Internet.

Google setzt bei der Sammlung von verbraucherbezogenen Daten auf Überwachung und Eingriffe in den Datenschutz von BürgerInnen. Zudem verweigert der Konzern Transparenz, etwa beim Algorithmus seines Website-Rankings oder beim Suchprozess von Google Scholar. Mit einem komplexen System für das Ordnen von Suchergebnissen passt Google seine Anzeigen den Suchparametern an. Es werden private, vermarktbar Datenbanken erstellt und zum Höchstgebot verkauft. Häufig handelt es sich bei den KäuferInnen um neuartige Unternehmensformen aus der High-tech-Marketingbranche. Diese entwickeln sowohl individuelle als auch Haushaltsprofile und arbeiten dabei zu einem großen Teil im Feld der sozialen Medien.

Wir alle hinterlassen täglich persönliche elektronische Spuren. Diese werden gesammelt, gespeichert, verkauft. Sie werden von einer Vielzahl von AkteurInnen – nicht nur von Google – für kommerzielle Zwecke genutzt. Dieser Verkauf persönlicher Informationen erfolgt ohne unser formelles Einverständnis, häufig jedoch durch diskrete, freundlich erscheinende Strategien. Verweigern wir uns dem, so schneiden wir uns selbst von den wesentlichen Angeboten des Internets ab. Jegliche Partizipation im Netz, selbst die politisch radikalste, füttert das kommerzielle System, das die Infrastruktur des Internets stellt, mit Daten. Die technischen Logiken verschmelzen auf diese Weise mit politisch-wirtschaftlichen Logiken.

Angesichts der auf persönlichen Profilen fußenden Suchlogik können zwei Personen, die bei Google dieselben Suchbegriffe eingegeben haben, zudem Treffer erhalten, die sich signifikant voneinander unterscheiden. Dies kann sich verheerend auf das Konzept des öffentlichen Wissens auswirken: Mitglieder abgeschotteter Gruppen können ihre Vorurteile bestätigt finden, anstatt durch den Filterprozess

herausgefordert zu werden. Auf lange Sicht könnte dies die demokratische Kultur der Debatte über unterschiedliche Standpunkte gefährden.

Nun kann man hierauf freilich entgegenen, dass es sich dabei um eine zu vernachlässigende Irritation handele: Wir können mit unsinnigen kommerziellen Pop-up-Fenstern und sogar dem Sammeln unserer kommerziellen Daten leben, wenn dies der Preis ist, den wir für die Nutzung von Internet und sozialen Medien zahlen müssen. Doch bei einer nur leichten Änderung der Verhältnisse können solche Daten ernste Folgen für unsere politische Freiheit haben. Die jüngsten Enthüllungen über globale US-Spionage, die zum Teil auf der Zusammenarbeit mit AnbieterInnen von sozialen Medien basiert, haben dies noch einmal verdeutlicht.

Während wir – indem wir persönliche Informationen anbieten – indirekt beziehungsweise faktisch mit Google kooperieren, sind wir selbst sehr aktiv dabei, das System mit persönlichen Daten zu füttern, wenn es um Facebook (jetzt mit mehr als einer Milliarde NutzerInnen weltweit) geht. Wir sollten alle sorgsamer mit der Art von Informationen sein, die wir Anderen über uns zur Verfügung stellen. Dabei sollten wir auch bedenken, wem wir Informationen liefern. Die Seiten sozialer Medien wie YouTube, Facebook und Twitter sind ebenso zu wichtigen Kanälen der politischen Kommunikation geworden, wie zu Vertriebswegen und Quellen journalistischer Informationen. Sie bilden einen Großteil der öffentlichen Sphäre politischer Kommunikation. Genutzt werden die sozialen Medien für parlamentarische wie auch für alternative Politik, wobei das Politische und das Soziale mit dem Persönlichen vermischt werden, ebenso wie Zivilgesellschaft mit Konsum und dem Vergnügen.

Diese Internetseiten sozialer Medien sind zudem die Hauptlieferanten dessen, was «Big Data» genannt wird. Gemeint sind damit die riesigen Mengen an persönlichen Daten über Internet-NutzerInnen, die routinemäßig bei deren Aktivitäten und Transaktionen gesammelt werden. Als Folge davon sind Websites sozialer Medien auch zum Schauplatz massiver Marketingbestrebungen geworden. Das Klicken des «Gefällt mir»-Buttons sendet Signale an Netzwerke, in denen auf der Grundlage gemeinsamer Geschmäcker starkes Vertrauen erzeugt und vorstrukturiert wird. Diese Vertrauenswürdigkeit wird anschließend in Werbekapital umgewandelt. Die politisch-ökonomische Logik ist knallhart.

Wie bereits bei Google sind auch hier die gesammelten Daten für kommerzielle Zwecke bestimmt. Doch es sei noch einmal gesagt: Die Veränderung sozialer Kontexte kann neue Verwendungen und neue Bedeutungen privater Informationen bewirken. Bei Facebook ist der Wechsel vom Privaten zum Öffentlichen viel einfacher (viele Beispiele davon sind bereits Teil urbaner Folklore geworden). Das führt zu Peinlichkeiten, Verstrickungen, dem Verlust des Arbeitsplatzes und/oder Verleumdung. Auch Datendiebstahl ist einfacher und wurde auch bereits häufig realisiert. Die digitalen Speichersysteme dieser Seiten sind schlichtweg nicht zuverlässig. Deshalb bedeutet auch bei Facebook und ähnlichen sozialen Medien mit zu machen, sich selbst der Überwachung auszusetzen und den eigenen Datenschutz zu gefährden.

Die sozialen Logiken dürften weniger deutlich zu identifizieren sein, obwohl auch sie wirksam sind. Bei der Rolle von Facebook als Ort für politische Diskussionen übernimmt der «Gefällt mir»-Button eine wichtige Rolle. Während es schlicht menschlich ist, sich von Personen angezogen zu fühlen, die einem selbst ähneln und in ähnlicher Art und Wei-

se denken, ist dies nicht notwendigerweise eine gesunde Basis für Demokratie oder politische Partizipation. Es wird geklickt, um Menschen und Ideen zu unterstützen, die einem ähnlich sind. Dadurch werden Netzwerke von Gleichgesinnten geschaffen und zementiert (es gibt keinen «Gefällt mir nicht»-Button).

Eine weitere soziale Logik, die auf dem Vormarsch zu sein scheint und die uns bezogen auf Partizipation und demokratische Kultur beunruhigen sollte, ist eine Form der personalisierten Sichtbarmachung und der Selbstvermarktung. Wenn (vor allem) jüngere Menschen sich der Politik zuwenden, so scheint es, als ob die Muster digitaler sozialer Interaktion in zunehmendem Maße ins Politische übertragen würden. ForscherInnen konstatieren, dass BürgerInnen, die in der Lage sind, mit digitalen Medien umzugehen und in vielfältiger Weise ausgebildet sind, sich im Allgemeinen auch von einem früher üblichen zivilgesellschaftlichen Habitus abgewandt haben. So ist es beispielsweise unter den BürgerInnen einiger Demokratien nicht so offenkundig, dass Demonstrationen oder andere Formen des sich Versammelns notwendigerweise eine attraktive oder effektive Form politischer Praxis sind. Die Tendenz, einfach vor dem Bildschirm zu bleiben, kann die politische Langzeitwirkung von Partizipation nur unterminieren. Oft wird dies «Slackivism» (Anm. d. Ü.: Wortkombination aus dem Engl. *slack*, «lustlos», «schlaff» und dem Engl. *activism*, «Aktivismus») genannt – ein komfortabler, medienzentrierter Modus politischer Aktivität, bei dem das «Sich gut fühlen» Vorrang vor dem politischen Engagement hat.

Es ist gut möglich, dass das Online-Setting, mit seinem mächtigen Angebotscharakter, von einem Engagement jenseits seiner selbst abschreckt: Soziale, technische und politisch-wirtschaftliche Logiken stehen daher miteinander in Wechselwirkung, um das Favorisieren von Partizipation *in* den Medien zu erreichen und die Bedeutung der Partizipation *über* die Medien zu beschränken. Obwohl es verständlich ist, dass sich Menschen in eine scheinbar leichter zu kontrollierende Umgebung zurückziehen, so wird damit doch ein historisch neuer – und beunruhigender – Modus von demokratischer Partizipation eingeführt.

DIE RÜCKERLANGUNG DES REALISMUS

Die sich verschiebenden, einander überlappenden und zeitweise widersprüchlichen Kontexte bei der Nutzung sozialer Medien werden von den Web-Logiken selbst noch verstärkt. Dadurch wird die Frage nach der Bedeutung sozialer Medien im Hinblick auf Partizipation in der Demokratie zu einer sehr komplizierten Angelegenheit. Wir können darauf keine einfache, eindeutige Antwort geben. Vielmehr müssen wir konkrete gesellschaftliche Kontexte innerhalb ihrer politischen Situation, ihrer kulturellen Strömungen und nicht zuletzt ihrer medialen Merkmale betrachten. Nur so können wir zumindest erahnen, was im konkreten Fall vor sich geht.

Von diesem Punkt aus können wir dann, wenn auch vorsichtig, mit einigen Verallgemeinerungen beginnen. EnthusiastInnen und SkeptikerInnen haben ihre Horizonte abgesteckt. Dies kann man nutzen, dennoch können wir die realistischen Perspektiven auf den Beitrag sozialer Medien zur Demokratie nur mithilfe einer behutsamen Kontextualisierung zu einem Gesamtbild zusammenzufügen. Die Demokratie wird nicht durch Medientechnologien gerettet werden. Soziale Medien können diesbezüglich einen wichtigen Beitrag leisten, sie können jedoch auch dazu genutzt wer-

den, die Probleme der Demokratie zu verschärfen. Letzten Endes können nur die BürgerInnen die Demokratie wiederbeleben und weiter ausbauen. Das ist unsere einzige realistische Option.

Peter Dahlgren ist emeritierter Professor am Institut für Kommunikation und Medien der schwedischen Universität Lund. Sein Arbeitsschwerpunkt sind Medien und Demokratie, wobei sein spezieller Fokus auf dem Internet und politischer Partizipation liegt. Er ist in internationalen akademischen Netzwerken aktiv und war als Gastwissenschaftler an vielen Universitäten tätig. Zu seinen jüngsten Veröffentlichungen zählen *The Political Web* (Palgrave 2013), *Media and Political Engagement* (Cambridge University Press, 2009) und der gemeinsam mit anderen AutorInnen herausgegebene Sammelband *Young People, ICTs and Democracy* (Nordicom, 2010).

IMPRESSUM

STANDPUNKTE wird herausgegeben von der Rosa-Luxemburg-Stiftung und erscheint unregelmäßig
V. i. S. d. P.: Henning Heine
Franz-Mehring-Platz 1 · 10243 Berlin · www.rosalux.de
ISSN 1867-3163 (Print), ISSN 1867-3171 (Internet)
Redaktionsschluss: August 2013
Übersetzung: Bettina Hoyer/Sebastian Landsberger (linguafair)
Satz/Herstellung: MediaService GmbH Druck und Kommunikation
Gedruckt auf Circleoffset Premium White, 100% Recycling

STANDPUNKTE 2013

11/2013

CORNELIA HILDEBRANDT / JOCHEN WEICHOLD
Bundestagswahl 2013: Wahlprogramme der Parteien
im Vergleich

10/2013

MICHAEL SCHLECHT
Deutschland gefährdet Europa

09/2013

CORNELIA HILDEBRANDT / HORST KAHRS /
HARALD PÄTZOLT
Nach acht Jahren Merkel: No trouble?

08/2013

GÜNTHER SALZ
Müll für Menschen

07/2013

MARIO CANDEIAS
No Exit – Falsche Gegensätze in der Euro-Debatte

06/2013

THOMAS SABLowski / ETIENNE SCHNEIDER
Verarmung made in Frankfurt/M.

05/2013

LÜHR HENKEN / PETER STRUTYNSKI
Händler des Todes

04/2013

JUDITH DELLHEIM / FRIEDER OTTO WOLF /
GABI ZIMMER
Offene Fragen zu Europa

03/2013

ULRICH BRAND / ULLA LÖTZER /
MICHAEL MÜLLER / MICHAEL POPP
Big Business Emissionshandel

02/2013

CHRISTOPH NITZ
Gegen Mittelmaß und Murks

01/2013

MERCEDES BUNZ
Ein Besuch beim neuen Monster