

[Home](#) [Texte](#)

Rainer Rilling

Vortrag auf dem Workshop "Chancen demokratischer Beteiligung mit dem Internet?", das am 28./29. Oktober 1997 in Ladenburg von der Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden Württemberg in Kooperation mit der Gottlieb Daimler- und Karl Benz-Stiftung durchgeführt wurde.
Veröffentlicht in: Elmar Wienhöfer / Jens Beckmann: Internetgestützter Diskurs zur Technikfolgenbewertung. Machbarkeitsstudie Nr. 104, Stuttgart März 1998 S. 29-42

Politische Netzkommunikation - bisherige Erfahrungen und Chancen für Bürgerbeteiligung

1 Politische Netzkommunikation: der historische Trend

Das Reden über Netzkommunikation, wie es vor allem seit 1993/4 boomt, thematisiert - wenn überhaupt - seine Voraussetzungen in aller Regel durch alleinige Referenz auf die Geschichte des Netzes. Doch da die Netzkommunikation nicht vom Himmel gefallen ist - auch nicht durch einfaches drag-and-drop, ist ein knapper Blick auf den historischen Entwicklungskontext der computervermittelten Kommunikation sinnvoll, denn er kann uns Vermutungen nahelegen und vielleicht auch manche Illusionsbereitschaften dämpfen.

Politische Kommunikation hat sich aus der literarisch-bürgerlicher Öffentlichkeit über die Ära der parteigenerierten Kommunikation hin zu einem Element des gegenwärtigen Mediensystems entwickelt. Ihre Stellung hat sich dabei grundlegend verändert, ihre Funktion womöglich auch. Die Etablierung der politische Massenkommunikation in Form der Parteipublizistik reflektierte historisch den Wandel von der Wahl- zur modernen Massenbewegungspartei, zunächst als Arbeiterpartei, dann als völkische Bewegung. Das Publikum dieser Zeit teilte die politische Codes, die Inklusions- und Exklusionssemantiken und die ideologischen Symbole. Die Kommunikation war unterscheidungssicher und somit leistungsfähig, was die politische Integration großer Menschengruppen anging.

Die Massenpartei als Form moderner politischer Interessenorganisation ist jedoch schon seit den 30er Jahren nicht mehr unumstritten. Parallel zu ihr entstanden zunächst in den USA oft klientelistische, jedenfalls aber lockere, weltanschaulich weit weniger kohärente Wahlmaschinen und Mobilisierungsorganisationen, die politische Kommunikation primär über ein Mediensystem abwickelten, das entweder, wie das neue Massenmedium Radio, seit den 30ern in privatwirtschaftliche Eigentums- und Organisationsformen transformiert wurde oder, wie im Falle des Fernsehens, im Kern von Beginn als Leitmedium einer Branche fungierte, die vom Markt, also von Kaufkraftgruppen und nicht mehr von einem politisch kohärenten oder wenigstens primär politisch interessierten Publikum abhing.

An dieser grundlegenden Veränderung des Kontextes politischer Kommunikation hat sich seither nichts mehr

geändert: die dauerhafte Entdifferenzierung der Medien vom ökonomischen System bedeutet, dass sie sich nachhaltig von den ehemaligen politischen Trägerinstitutionen emanzipiert haben, dass sie nicht mehr von der Politik, sondern von Unternehmen gemacht werden, dass sie ein ökonomisches Gut werden, dass Medienangebote als Dienstleistungsware auf den Markt gebracht werden. Medien produzieren nicht mehr für eine Klientel, sondern für ein Publikum. Ihre klassische Aufgabe, durch Kommunikation den politischen Zusammenhalt der Gesellschaft zu sichern - natürlich auch durch kommunikative Austragung von Konflikten und Interessengegensätzen - kann im wesentlichen nur noch marktvermittelt geschehen. Sogar die Binnenkommunikation großer politischer Subjekte kommt ohne Marktvermittlung kaum noch aus 1. Und die klassische Frage an eine primär marktvermittelte politische Massenkommunikation ist natürlich, ob sie imstande ist, eine allgemeine Öffentlichkeit herzustellen und im Zeitalter der special-interest Medien damit zur Konstitution eines allgemeinen Willens substantiell beizutragen, ohne dessen Entstehung und Realisierung von einer Demokratie nicht gesprochen werden kann.

2 Das Internet: Bruch oder Kontinuität?

Das Internet ist das einzige Massenmedium, das in der zweiten Hälfte dieses Jahrhunderts neu entstanden ist. Es entstand als Form militärischer, also politischer Kommunikation bzw. als akademische, somit öffentliche Unternehmung. Innerhalb eines knappen Jahrzehnts - seit Mitte der 80er Jahre - transformierte sich dieses Netz in ein weltweites großwirtschaftliches Projekt der Kommunikations-, Computer- und Unterhaltungsindustrie und wanderte aus dem politisch-militärischen, staatlichen Raum weitgehend aus. Gegenüber den just in dieser Zeit ebenfalls privatisierten Telekoms, den an Zahl und Leistungskraft aufs rascheste anwachsenden privat arrangierten Intranets, den content providern und den Nutzern spielen öffentliche Eigentümer, Inhalts- und Diensteanbieter oder Nutzer evidentenermaßen eine immer geringere Rolle. Insofern steht die kurze Entwicklungsgeschichte des Internet nicht konträr zu dem historischen Trend moderner politischer Massenkommunikation, sondern sie setzt sie fort. Und daher ist auch hier die zentrale, "härteste" demokratietheoretische Frage die nach dem Beitrag des Mediums Netz zur Konstitution einer allgemeinen Öffentlichkeit und eines allgemeinen Willens.

Nun ist ja bekanntlich anders als bei den klassischen Großtechnologien (Atom, Weltraum, Militär) die kurze Geschichte des Internets von Prophezeihungen einer neuen, direkten Demokratie begleitet gewesen: der US-Vizepräsident Al Gore sah ein "neues, athenisches Zeitalter der Demokratie" heraufkommen, das "Time"-Magazine titelte von der "Hyperdemocracy" und die Firma Microsoft gar bewarb vor einiger Zeit ihre Software mit dem Versprechen auf die "ultimate democracy".2

Demokratiethoretisch stehen dabei drei Fragen zur Debatte:
die Rolle

- * der Politik für das Netz
- * der Politik auf dem Netz
- * des Netzes in der Politik [3](#).

Die erste Frage wird hier nicht behandelt - nur soviel: das sich rasch verdichtende elitenplurale Akteursnetz, über das sich rechtliche, technische und ökonomische Entscheidungsprozesse in Sachen Internet verwirklichen, hat sich in den 90er Jahren institutionalisiert und stabilisiert. Verglichen mit anderen großtechnischen Systemen hat diese Struktur jedoch deutliche Paradoxien: sie ist transparenter und zugleich informeller, zentralistischer und zugleich "nach unten offen" [4](#), durchsetzungsschwächer und zugleich hoch akzeptiert, da mit einer robusten Kultur technischer Effizienzorientierung gepanzert. Konflikte können in dem expandierenden System durch Verteilung der Zuwächse noch relativ leicht gelöst werden. Nationale und internationale politischen Instanzen, die mit traditionellen Verfahren demokratisch legitimiert sind, haben auf diese Struktur kaum Einfluß. Staatliche Netzpolitik ist seit dem Bedeutungsverlust der militärischen Instanzen und der Internationalisierung des Internets weit zugriffs- und steuerungsschwächer geworden.

3 Die Rolle der Politik auf dem Netz

3.1. Politische Netzöffentlichkeit

Sicherlich ist alles, was auf und mit dem Netz geschieht, politisch relevant und natürlich berühren zahlreiche Sites und Kommunikationspraxen auf dem Netz politische Probleme. Wenn wir jedoch zurückhaltend nur nach expliziter Politik auf dem Netz fragen, dann ergibt sich eine ernüchternde Bilanz: im Projekt Internet spielt Politik eine periphere Rolle.

- * Die vergleichsweise politische Mailboxszene als das politische Pionierprojekt computervermittelter Kommunikation ist zwar durchaus expansiv, ihre relative Bedeutung gegenüber dem explodierenden Gesamtunternehmen Internet hat jedoch seit 1994 dramatisch abgenommen.
- * Nach dem Verzeichnis www.liszt.com gibt es momentan ca. 70 000 Mailing-Listen und etwa 16 000 Newsgroups. Bei einer Recherche zum Themenbereich "Politik" gab es am 30.11.1996 gerade 335 Nennungen [0,4 %], bei einer Aktualisierung knapp ein Jahr später (27.10.1997) gab es 394 Nennungen unter 71,618 Mailing-Listen
- * Von den über 300 000 World-Wide-Web (WWW)-Sites schlagen zum Thema "elektronische Demokratie" oder "Teledemocracy" ein knappes Dutzend zu Buche, unter denen nur ein WWW-Site - das "Teledemocracy Action

Network" - und eine Diskussionsliste (ISPO) als informativ, aktuell und ständig betreut auffallen [5](#).

* In den Ranglisten verbreiteter Spezialverzeichnisse, die Häufigkeiten der Zugriffe auf Netzangebote dokumentieren, kommen politische Angebote nicht vor. [6](#) Die Explosion der Zahl kommerzieller Domänen (die mittlerweile weit mehr als die Hälfte der Netzanbieter ausmachen) und der Millionen Unterhaltungs- und Homepages weist den politischen Netzprojekten einen marginalen Rang zu. Für die Angebotsseite rubrizierte das führende US-Verzeichnis www.yahoo.com am 28. November 1996 eben 7104 von wohl über 200000 US-amerikanischen WWW-Sites unter die Kategorie "Government"; allerdings waren es am 27.10.1997 bereits 14 389. Zum selben Zeitpunkt machten im deutschen yahoo.de - Verzeichnis die 653 Angebote unter der Rubrik "Staat und Politik" bestenfalls ein halbes Prozent der dort erfassten weit über 100 000 Angebote aus (27.10.1997: 1677, davon 378 "Recht"). Der Marburger Katalog "Wissenschaft plus Politik", der zusammen mit dem anders gelagerten Verzeichnis der Friedrich-Ebert-Stiftung das größte einschlägige Verzeichnis hierzulande ist, listet ca. 1200 politische Sites auf - ca. 430 davon können als bundesdeutsche politische Web-Angebote gelten, hinzukommt eine nicht sonderlich dreistellige Anzahl von Mailing-Listen und Newsgroups. Zu diesen ihrem expliziten selbstverständnis nach politischen Angeboten zählen etwa 160 bundesdeutsche gewerkschaftliche und linke WWW-Angebote, Listen und Newsgroups. Insgesamt dürfte der Anteil politischer Sites in der Bundesrepublik bei gut einem halben Prozent liegen, in den USA sind es höchstens 2 Prozent [7](#). Die Intrusion des neuen Mediums in die Politik ist daher nicht ganz zu unrecht mit der Frühphase der Partnerschaft Fernsehen/Politik (also im Falle der USA etwa 1952) verglichen worden [8](#).

Wie steht es um die Nutzung? Eine Auswertung der bei B. Batinic [9](#) zusammengestellten über 100 Umfragen zur Nutzung der Netze zeigt, daß für sie Politik kein Thema ist - sie klammern den politischen Bereich fast ausnahmslos aus. Zwar steht die Nutzung des Netzes als Informationsmedium durchaus gleichrangig gegenüber simplem "Surfen", Unterhaltung, Weiterbildung, Shopping oder dem Herunterladen von Software. Im Zentrum stehen dabei jedoch die allgemeinen Netzangebote etablierter Medien (CNN, Time, Nationale Zeitungen usw.), spezialisierte politische Netzangebote wie z.B. der Web-Site PoliticsUSA oder die Netzangebote staatlicher Stellen und politischer Organisationen werden demgegenüber nur marginal wahrgenommen. [10](#) Zu einzelnen dieser Sites liegen nähere Nutzungsangaben vor. Einer der wichtigsten politischen Web-Server mit gegenwärtig knapp 200 000 Besuchern monatlich ist der Server "Thomas" des US-Kongresses. Von "Thomas" wurden zwischen dem 7. März 1996 und dem 28. November 1996 über 22 Millionen Files übertragen. Die bundesdeutschen politischen WWW-Sites können von solchen Zugriffshäufigkeiten nur träumen. Zu hören ist, daß Greenpeace Deutschland täglich 5000 Kontakte vermeldet -

was etwa 400 Personen entspräche, Amnesty International spricht von 6000 Zugriffen. Der Bundestag, dessen Angebot in sehr spät eingerichtet aber dann rasch bemerkenswert qualifiziert wurde, gibt an, während des ersten Jahres seit Januar 1996 über 3,5 Millionen mal aufgerufen worden zu sein. Für den Sommer 1997 gaben die Parteien folgende (mir sehr hoch erscheinenden) monatlichen Abrufziffern an: CDU 350 000, CSU 60 000, Grüne / Bündnis 90 31 000, FDP 200 000 und SPD 190 000.

Wer ist es, der sich da politisch einklickt, zugreift, kopiert, transferiert - und vielleicht sogar liest? Die Server-Statistik von "Thomas" vermerkt, daß mehr als die Hälfte des erfaßten Datentransfers in 1996 aus den .com, .gov, mil. und .edu-Domänen kam - und gerade mal 2,56 % aus dem .org-Bereich, der, noch am ehesten als Organisationsfeld der "Bürgerschaft" gelten könnte. Diese Angaben lassen vermuten, daß computervermittelte politische Kommunikation innerhalb des Staatsapparats und zwischen Wirtschaft und Politik erfolgt, andere gesellschaftliche Teilsysteme daran demgegenüber nur gering partizipieren. Das zeigt kaum Machtverlagerung an, viel eher werden hier Umstiege auf ein anderes Kommunikationsmedium oder Kommunikationsverdichtung bzw. -steigerung zwischen den existierenden Zentren Business und Politik deutlich. Die wenigen vorhandenen Untersuchungen sprechen zudem dafür, daß die politische Netznutzung auf einen politisch ohnehin weit überdurchschnittlich engagierten Kreis begrenzt ist und die verbreitete Annahme kaum belegt ist, wonach das neue Medium bislang unpolitische Personenkreise in die Politik involviere [11](#).

3.2. Akteure politischer Netzkommunikation

Welche Art von Politik wird hier kommuniziert? Drei Gruppen sind präsent:

- * es dominieren Angebote / Projekte politischer Abwärts-Information und des politischen Marketings - dafür steht das Gros parlamentarischer, exekutiver und parteieigener Web-Projekte [12](#). Sie knüpfen an "pop/interactive" Medienformate an, die sich in den USA Ende der 80er Jahre durchzusetzen begannen und die mit Begriffen wie "Talkshows", "Popcampaigning", "Interaktion" charakterisiert sind. Sodann gibt es
- * Projekte zur Rationalisierung politischer Kommunikation ("bürgernehe Verwaltung") mit nur informativem, zuweilen konsultativem und generell vorwiegend legitimationsbeschaffendem Charakter.
- * Angebote / Projekte gesellschaftlicher Organisationen und Initiativen (virtuelle Städte und Dörfer, Elektronisches Wählen, Cybercampaigning), die auf bottom-up-Meinungs- und Willensbildung zielen, sind demgegenüber mittlerweile zwar keineswegs irrelevant, aber deutlich minderrangiger und weit weniger sichtbar.

Drei Kategorien politischen Akteure prägen schon jetzt und vor allem zukünftig die Arena politischer Netzkommunikation:

* mit Abstand an erster Stelle große Medien - Inhaltsanbieter (Content-Provider), die Politik als mitlaufendes aktuelles Infotainment verkaufen - Frohsinnsprovider mit sozialverträglichen Bildern und Audiorauschen: die Kommerzialisierung der Politik als Nebeneffekt der Kommerzialisierung der öffentlichen Sphäre wird von ihnen getragen.

* kapitalstarke politische Netzunternehmer, die imstande sind, große zentralisierte Netzwerke mit schwachen Bindungen ("weak publics") zu organisieren. Nur sie sind imstande, die großen Mengen an Daten über Menschen und deren Eigenschaften, Interessen und Interaktionen zu bearbeiten (und zu kontrollieren), die das Internet bereitstellt. Und nur sie können Netzinteraktivität in massenpolitisch handhabbare zielgruppen- und zielpersonspezifische Feedbacks umwandeln und im übrigen die Installation solcher Feedbackmechanismen als politische Partizipation inszenieren. Diese virtuellen politischen Netzunternehmer sind fast völlig identisch mit den handlungsfähigen politischen Unternehmern in real life, also staatliche Einrichtungen, Parteien, Großorganisationen

[13](#). Schließlich

* Aktivbürger und marginalisierte politische Akteure, die sich die Kosten- und Verbreitungsvorteile des Netzes nischenpolitisch für Spezialöffentlichkeiten zunutze machen können. Ihre Sichtbarkeit und ihre Kapazität zur Erhebung und Verarbeitung politischer Daten sind weitaus geringer. Kein aufmunternder Befund. In diesen Defiziten reflektiert sich der mittlerweile dominierende Umbau des Netzes zu einem Verteilmedium. Ein wesentlicher Grund für diese Veränderung ist die Entwicklung des multimedialen WWW zur allgemeinen Benutzerschnittstelle des Netzes: das WWW transformiert das Netz in ein Medium, das die Konsumtion oder Nutzung außerordentlich demokratisiert, die Produktion jedoch mittlerweile durch die Implementierung einer differenzierten und hochprofessionalisierten technischen Kultur dramatisch rehierarchisiert, deren Aneignung immer mehr ökonomisches und soziales Kapital voraussetzt, das von Privatpersonen nicht mehr realisierbar ist. Damit wird das Zentrum des Interaktivitätsversprechens des neuen Mediums zerstört: der unschwere Rollenwechsel zwischen Produktion und Konsumtion. Der aktuelle Trend, im Zeichen der Konvergenz der PC- und TV-Kultur auf dem Internet die "Channel"- und "Push"-Praxis zu favorisieren, geht in diese Richtung und reflektiert auch den Tatbestand, dass die Zeit, die für Netznutzung verbraucht wird, offenbar auf Kosten der Fernsehzeit geht [14](#). Betrachtet man jedoch nur die Seite der "User", dann sprechen einige neuere Untersuchungen (1996) aus den USA dafür, dass die "Connected" politisch überdurchschnittlich informiert, interessiert und aktiv sind. [15](#)

3.3. Hypertext, Links und Politik

Empirisches Wissen über - auch politische - Netzöffentlichkeit liegt bisher kaum vor. Welche politischen WWW-Sites von wem, zu welchem Zweck, wie lange, unter welchen Bedingungen und mit welchen Folgen besucht werden, ist unbekannt. Wo überall wer in welchen Rollen agiert, ist unbekannt, erst recht, wenn es um Individualkommunikation wie E-Mail geht. Und die für die Kommunikationsforschung bedeutsamste Frage, welche subjektiven Ereignisbedeutungen und Weltinterpretationen beim Publikum im Prozess der Mediennutzung entstehen, ist für das Internet erst Recht offen. Begeben wir uns also in den Informationsraum hinein und fragen, ob er Eigenschaften hat, die dort - und nirgendwo sonst - existieren und ob diese eine politische Implikation haben. Als auszeichnende Eigenschaft des WWW wird die Hypertext- bzw. Verweistruktur angesehen, durch die Verknüpfungen innerhalb oder zwischen - u.U. weit entfernten - Dokumenten hergestellt werden. Links strukturieren die Verteilung von Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und schließlich Anerkennung - zum Beispiel für ein inhaltliches Angebot - im Informationsraum. Netzreputation - oder soziales Netzkapital - entsteht durch kompetente (d.h. Wissen über den Inhalt des Informationsraums anzeigende) Verweise auf andere/s und Verweise anderer auf sich selbst. Wer anerkannt ist, nimmt im Informationsraum tendentiell eine zentrale Position ein. Reputation schafft Zentralität, Zentralität generiert Reputation. Die Positionierung der politischen Sites im Informationsraum lässt sich daher auch durch eine Rekonstruktion des Verweissystems ermitteln. Ein solches Verfahren wirft zahlreiche methodische Probleme auf und ist bislang kaum versucht worden [16](#). Eine Recherche mithilfe der Suchmaschine Infoseek (Ultraseek) am 8. Februar 1997 erfasste die Anzahl der Verweise auf ausgewählte Websites [17](#) und ergab, daß

- * auch auf die "sichtbarsten" bundesdeutschen politische WWW-Sites zehn bis zwanzig Mal weniger verwiesen als auf die vergleichbaren politischen Sites in den USA
- * die deutschen politischen Netzprojekte weit schwächer als die ökonomischen und netzbezogenen (Medien, Softwareanbieter, Suchhilfen) Sites verlinkt sind
- * ressourcenstarke institutionelle Anbieter (Staat, Parteien), die zumeist erst seit 1994/5 auf dem Netz präsent sind, in kurzer Zeit sich zentral positionieren konnten
- * gesellschaftliche Organisationen wie die Gewerkschaften oder Umweltverbände demgegenüber (wie auch gegenüber der in kurzer Zeit installierten, nur zum Teil professionellen Netzpräsenz der Wirtschaft und ihrer Verbände wie z.B. dem DIHT) eine deutlich nachrangige oder praktisch keine Rolle spielen

* jedoch einzelne ressourcenschwache Anbieter durch frühzeitige Präsenz, inhaltlich kompetente bzw. konkurrenzlose Initiativangebote eine relativ hohe Sichtbarkeit erreichen können; hier zeigen sich noch haltbare Konturen einer konkurrierenden Netzöffentlichkeit.

Die politisch bedeutungsvolle technische Logik des Hypertextmechanismus wird durch die spezielle Funktionsweise der mittlerweile etablierten Orientierungsprozeduren massiv gestützt [18](#). Die netzweltliche Verdoppelung realgesellschaftlicher Ungleichheit, die zentrumsfavorisierende Programmlogik des Hypertextes und die Verstärkungseffekte der Suchmaschinen sind Hürden, die bewältigt werden müssen, wenn das Netz als Medium und Ort von Demokratiepoltik genutzt werden soll.

3.4 Politik im Informationsraum

Doch es geht nicht nur um die politisch-technische Logik des WWW, sondern um die Möglichkeit von Politik im Informationsraum selbst. Cyberspace sei eine "nie-endende weltweite Unterhaltung" schrieb der Federal Court im amerikanischen Philadelphia in seinem Urteil zum Communications Decency Act vom Juni 1996 [19](#). Die öffentliche Rede als konstituierendes Element der bürgerlichen Öffentlichkeit ist nun kein Selbstzweck, sondern substantielle Begründung von Volkssouveränität. Im Cyberspace gibt es Grenzziehungen, die im Vergleich zur realen Welt ganz unschwer gezogen werden können: durch Namensgebung (Domain-System) und Clusterbildung von Adressen, spezielle Paßwörter, Eintrittsgebühren oder, vor allem, Softwareprotokolle ("Das Internet ist Software" - Ethan Katsh). Daraus ergibt sich, daß Inhalte oder Verhaltensweisen, die in einem Informationsraum akzeptiert und möglich sind, im nächsten nicht gelten. Doch diese Grenzen sind durchlässig, umgehbar, zeitweilig - also relativ. Entscheidungen, die Machtverhältnisse in einem gegebenen Informationsraum begründen oder tangieren, politische Entscheidungen also, kann sich der Netizen entziehen, indem

* er schweigt, * eine neue Identität annimmt, * sich anonymisiert * einen neuen Informationsraum nach seinem Gusto aufmacht * oder den virtuellen Raum verläßt.

Eintrittskosten und Austrittskosten sind gering. Während in der wirklichen Staatenwelt die Realisierung politischer Zielsetzungen wie auch die Rechtsdurchsetzung letztendlich auf die Fähigkeit zur Ausübung physischer Gewalt bauen können, ist im Informationsraum die Durchsetzungsfähigkeit, also Gültigkeit der Regeln und Normierungen auf Zustimmung angewiesen; sie kann nicht mit Zwang sanktioniert werden. Es ist also sehr zweifelhaft, daß der Netzraum ein Platz für zwingend folgenreiche Entscheidungen ist, denen sich die Betroffenen nicht entziehen können: das Netz hat - im Unterschied zum realen Staat - immer einen Ausgang. Insofern ist das Internet kein

Mittel oder Ort der politischen Entscheidung - es kann aber ein Medium für diskursive politische Meinungs- und Willensbildung sein.

4 Möglichkeiten

Insofern trifft das Netz den Kern der Politik nicht so recht. Partizipative Technikfolgenbewertung kann nicht erwarten, durch ein Abstützen auf das Medium Netz ihre Schwierigkeit zu lösen, dass Legitimation und Akzeptanz wahrscheinlicher sind, wenn die Diskursergebnisse sich in Entscheidungen niederschlagen. Aber wenn die Stichworte nicht "das Netz", sondern "die Netze" oder "die Gruppen" und nicht "Entscheidung" sondern Deliberation, Diskussion oder auch Diskurs sind, dann zeigen sich auch Stärken des Mediums Netz. Das Netz ist kein Ort demokratischer politischer Entscheidungen, aber ein Ort der Kommunikation, ohne die Entscheidungen undemokratisch und ineffektiv sind. Das Netz kann als Raum der zweckgerichteten, nämlich entscheidungsvorbereitenden interaktiven Kommunikation zur Interessenrepräsentation genutzt werden.

1. die in der Technikfolgenabschätzung praktizierten Verfahren der Mediation oder des Diskurses stellen, im ersten Fall, auf mehr oder weniger weitreichende Kompensation von Ungleichheit bzw., im zweiten Fall, auf die Herausarbeitung themenzentrierter Kommunikation ab. Netzkommunikation nun ermöglicht und erzwingt, in gewissem Umfang von sozialen Merkmalen der Kommunikationspartner abzusehen und befördert insofern das Gleichheitsmoment in Deliberation und Diskurs; dass sie dennoch sozioökonomische und -kulturelle Strukturen partiell reproduziert und neue Sozialstrukturen schafft - vor allem: Grenzziehungen und Identitätsbildungen - muss gleichwohl festgehalten werden. Auch netzvermittelte Kommunikationsverhältnisse haben mit den Problemen realweltlicher Ungleichheit zu tun: der Mann oder die Frau brauchen Strom und Telefon und Maschinen mit Zugängen zu Bandbreiten bzw. hohen Übertragungsgeschwindigkeiten, technische, kulturelle, soziale und kommunikative Kompetenz und, in der Regel, die Fähigkeit, an englischsprachiger Kommunikation teilzuhaben. Nicht absehen freilich kann diese Kommunikation von der Welt der Bilder über diese: dass das Netz der Raum der Adventures, des Business, der Hacker, Schänder und Bombenbauer oder womöglich der immergleich langweiligen Bewegung sei. Die Moderation von Kommunikationsprozessen, eine ergebnisorientierte Steuerung gar, ist dann besonders kompliziert, wenn an der Nutzung des eigentlichen Vorteils des Internets festgehalten werden soll: der Grenzenlosigkeit, d.h. des ständig möglichen Zugangs zu weiteren, womöglich alternativen Informationen und Positionen. Diese Offenheit verlangt die Entwicklung der Fähigkeit zur Identitätsbildung, zum Grenzmanagement, damit "man bei der Sache bleibt". Eine Möglichkeit, mit diesem Problem umzugehen, besteht darin, dass ein Raum geschaffen wird (z.B. eine gemeinsame Web-

Site), in dem solche Vorteilsnahmen als ständiger Input realisiert werden.

2. Von wesentlicher Bedeutung ist die Entwicklung eines Kommunikationsraumes, der unterschiedliche Zeitregimes zulässt, ohne dass von den Arrangeuren des Informationsraums Prioritäten gesetzt werden (z.B. für Mailinglisten, Diskussionsgruppen, Chats usw.). Eine Verknüpfung durch eine zentrale WWW-Plattform, an der die unterschiedlichen Medien und Regimes hängen, ist notwendig.

3. "Woher soll ich denn wissen, was ich denke, bevor ich nicht höre, was ich sage" - diesen fabelhaften Satz sprach Robert Mitchum in "Spiel zu zweit". Die Multimedialität, das Hören, Sehen, Schreiben und Sagen der Netzkommunikation ist zweifellos eine Eigenschaft, die dazu beitragen kann, ein notorisches Problem der Praxis der Technologiefolgenabschätzung zu mildern: die Präsenz des Expertenwissens, das solche Verfahren bekanntlich stark strukturiert. Da durch Digitalisierung bislang aufwendig auf verschiedene Medien verteilte Text-, Bild-, Video-, Sprach- und Datenkommunikationen effizient und relativ raum- und zeitunabhängig in einem "Monomedium" (Recke) zusammengefasst werden können, erweitern sich die individuellen Handlungsspielräume.

4. Hierzu gehört ergänzend, dass das geräumige Medium Netz die geradezu schrankenlose Vorratshaltung von Wissen begünstigt. Die leichte Zugänglichkeit zu lokal verfügbarer Datenverarbeitung und dezentralisierten Datenbeständen senkt die Zugangsschwellen für Informationen, wodurch die verfügbare politische Information rapide zunimmt; die Bereitstellung, Verteilung und Aufnahme politischer Informationen wird außerordentlich beschleunigt, die Selektivität bei der Nutzung und Verteilung politischer Informationen wird erhöht; es wird möglich, Expertenwissen zu pluralisieren und zu kritisieren; die Aufgabe von Moderatoren oder der in solche Prozesse der Technikabschätzung einbezogenen Experten verändert sich: sie müssen und können, ausschließlich oder ergänzend, vielleicht kommentierend, Pfade, Links, Räume des Wissens und der Praxis erschließen, statt selbst Expertise zu repräsentieren.

5. Es kommt zur Ausdünnung der Kommunikationshierarchien und Entwertung der bei klassischen politischen Medien (bzw. innerhalb von Institutionen und Organisationen) relevanten Filter und "Gatekeeper"rollen, so daß die Themendefinition ("Agenda-Setting") demokratisiert und die klassische "Abwärtskommunikation" ("one-to-many") durch Aufwärtskommunikation und horizontale Kommunikation ("many-to-many") ergänzt wird; das Netz bietet interaktive und polydirektionale statt überwiegend distributive Formen politischer Kommunikation [20](#). Der Rückgriff auf die Netzmedienkultur ist eine - sicherlich ambivalente - Ressource, also z.B. "What's New" oder "Hotlists" ,

"Suchmaschinen", "Specials", Archive, "Fun", Infographiken, (Audio / Video?) usw. ; die verschiedenen Projekte -- zu "Schulen ans Netz [21](#) - zeigen die große Bedeutung der technischen Fragen; die Maintenance (z.B. auch durch ein ständig betreutes FAQ) ist wesentlich.

Werden solche Aspekte berücksichtigt, ist der Ausbau der Netzkommunikation zu einem politisch aussichtsreichen Medium ein nicht bloß zwingendes, sondern auch erfolgsversprechendes demokratiepolitisches Projekt - allerdings mit deutlich markierten Grenzen.

1 S. Kurt Imhof, Peter Schulz (Hg.): Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft, Zürich 1996

2 Gore, A., Rede von der International Telecommunications Union in Buenos Aires am 21. 3. 1994 (liegt auf dem Netz vor unter der Adresse: URL: www.itu.int/itudoc/itu-d/wtdc/wtdc1994/speech/gore_e_8303.txt); Time v. 23.1.1995, S.53; Grossman, L.K., The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age, New York 1995. Vgl. auch McKie, J., Is Democracy at the Heart of IT? Commercial Perceptions of Technology; in: Sociological Research Online, 4/1996 (URL: www.socresonline.org.uk/socresonline/1/4/1.html).

3 Zum folgenden siehe meinen Beitrag Internet und Demokratie in: WSI-Mitteilungen 3/1997, S.194ff.

4 Technische Dezentralität und leichte Zutrittsmöglichkeiten dürfen nicht mit demokratische Verfahren der Bestellung und Entscheidung gleichgesetzt werden, vgl. Doctor, R.D., Hardy, C.V., Democracy and Governance in Computerized Community Information Systems, Alabama Mai 1996 (URL: www.laplaza.org/cn/local/doctor2.html), deren Untersuchung von 25 computerisierten Stadtinformationssystemen ergab: "Viele werden selbst undemokratisch regiert. 80 %...werden durch Vorstände regiert, die sich selbst ernannt haben. Mitglieder oder Nutzer haben bei der Regierung dieser Systeme keine formale Stimme."

5 URL der Diskussionsliste "Elektronische Demokratie" des EG-Büros Informationsgesellschaft: www.ispo.cec.be/ispo/elecmodl.html; das "Teledemocracy Action News + Network" ist erreichbar unter www.auburn.edu/tann. Eine im weiteren Kontext der Europäischen Kommission mit starkem Aufwand installierte europaweite Mailingliste zu "Electronic Government" kam über 500 TeilnehmerInnen nicht hinaus.

6 Vgl. die Verzeichnisse Web-Counter Top 100 List (URL: www.djgits.com/top), Webhits (URL: www.b-online.de/webhits/) und 100hot Websites (URL: www.100hot.com) sowie die Zusammenstellung der am häufigsten eingegebenen Suchbegriffe der Kolibri-Suchmaschine vom Dezember 1996 (URL: www.kolibri.de/noframes/detopten.html). Nirgends (!) kommen politische Angebote vor, es dominieren Pornografie, Unterhaltungsangebote, Medien und netzbezogene Sites. Siehe auch die Onlinenutzungsdaten für

den November 1997 der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (www.ivw.de/data/nov97.phtml); erfasst wurden hier für November 1997 67 Sites, unter denen kein Site mit überwiegend, hälftig oder auch nur gewichtig politischem Angebot ist; am nächsten kommen dem noch Tageszeitungen und Nachrichtenmagazine, die in dieser Liste der werbungsrelevanten deutschen Sites stark vertreten sind.

7 URL von "W plus P": <http://staff-www.uni-marburg.de/~rillingr/home.html> und der Friedrich-Ebert-Stiftung: www-fes.gmd.de. Die politisch engagierte Netzgemeinde in der BRD ist offenbar so klein, dass Anfang 97 das einzig relativ stark auf gesellschaftspolitische Diskussionen setzende Internetmagazin "pl@net" mit wohl ca. 6000 verkauften Exemplaren einen Kurswechsell ankündigte und nun mit Technik, Tips und Tricks Marktexpansion betreibt.

8 Vgl. Bruce E. Gronbeck, Postmodern Culture, Global Capitalism, and Democratic Action, Couch-Stone Symposium, University of Maryland, 1997

9 URL: www.psychol.uni-giessen.de/~Batinic/survey/fra_andr.htm

10 Vgl. die 6. WWW-Umfrage des GVU (Georgia Institute of Technology) vom Oktober/November 1996, wonach nur 8,56 % von über 15 000 Antwortenden das WWW-Angebot des Weißen Hauses, 5,51 % den Web-Server "Thomas" des US-Parlaments und 3,34 % "Fedworld" (Verzeichnis aller staatlichen elektronischen Angebote) nutzen. Nur 2 % nutzten das Angebot des "Weißen Hauses" "häufig". Immerhin 20 % jedoch hatten bereits E-Mails an Politiker gesandt (Europa: 5 %). (URL: www.cc.gatech.edu/gvu/). Trotz wachsender Nutzerzahlen ist die Reichweite des Netzes begrenzt: ein Werbespot bei NBC erreicht eine Zuschaueremenge, die der weltweiten Netzgemeinde entspricht - eine Gemeinde, die gerade mal 4 % der wöchentlichen Sehergemeinde von "Baywatch" (nämlich 1,6 Milliarden!) ausmacht, siehe Los Angeles Times vom 15.12.1997. Die Suchmaschine Infoseek notierte am Morgen nach Bill Clinton's Wiederwahl am 6.11.1996: "More people use infoseek finding Pamela Anderson than Bill Clinton. Sorry for that, Bill." Insofern ist die Medienfunktion des Internets - Themen mit Publizität auszustatten - noch begrenzt. Auch die Kosten der Netzpolitik sind vergleichsweise geringfügig: der US-Wahlkampf in 1996 kostete ca. 1,5 Mrd Dollar, die Ausgaben der Parteien für Netzpolitik werden auf ca. 6 Millionen Dollar geschätzt, siehe Diamond, Edwin, Silverman, Robert A.: White House to your House. Media and Politics in Virtual America, MIT Cambridge Pb 1997, S. 164.

11 Vgl. neben der 6. GVU-Umfrage die Fallstudie von Klinenberg, E., Perrin, A., Symbolic Politics in the Information Age. The 1996 Presidential Campaigns on the Web, Berkeley 1996 (URL: [http://demog.berkeley.edu/\(aperrin/infosociety.html\)](http://demog.berkeley.edu/(aperrin/infosociety.html))) sowie

Bimber, B., *The Internet and Political Transformation*, Santa Barbara 1996 (URL:www.sscf.ucsb.edu/survey1/poltran2.htm); ders., *Politics on the Net: Is there a Theoretical Foundation for the Speculation?*, Santa Barbara 1996 (URL:[www.sscf.ucsb.edu/\(survey1/net-politics.html\)](http://www.sscf.ucsb.edu/(survey1/net-politics.html))).

12 Vgl. das aktuelle Adressenverzeichnis im Kapitel "Official and other political Places" im "W plus P"-Katalog. Eine Netzöffentlichkeit, welche die Netzangebote der gegenwärtigen Regierung kritisch auf Neutralität, Unparteilichkeit, Verantwortlichkeit usw. beäugt, existiert nicht.

13 Im Januar 1995 hatten 51 Mitglieder des US-Repräsentantenhauses eine E-Mailadresse und kein einziger Ausschuss hatte eine Website. Am Ende des 104. Kongresses hatten 164 Mitglieder eine Mailadresse und 219 Parlamentarier bzw. 18 Ausschüsse hatten WWW-Sites. Die monatlichen Zugriffe auf diese Websites lagen bei rund 2 Millionen, darunter 850 000 auf die der Parlamentarier. Sie konnten dort zum Beispiel Fischrezepte des Senators Edward Kennedy abrufen. Ein Programm "CyberCongress 2000" wurde eingerichtet s. http://www.house.gov/rules_org/about21.htm. Zum Vergleich: die Firma SUN hatte Ende 1996 über 1000 eigene Webserver.

14 Nua Internet Surveys v. 8.12.1997

15 Vgl. Buie, J. (1997). *How the internet is changing politics & Civic Life*. In: <http://www.us.net/inde/column2.htm>

16 Larson, R.R., *Bibliometrics of the World Wide Web: An Exploratory Analysis of the Intellectual Structure of Cyberspace* (1996), URL: <http://sherlock.berkeley.edu/asis96/asis96.html>.

17 Infoseek indizierte Anfang 1997 ca. 50 Millionen Datensätze und damit natürlich nur einen Ausschnitt aus der unbekanntem Gesamtmenge der Dokumente, die im HTML-Format als WWW-Angebote vorliegen. Dokumente auf US-amerikanischen und englischsprachigen Servern werden offensichtlich vorrangig indiziert.

18 Während bis 1994 Kataloge, virtuelle Bibliotheken, Verzeichnisse, Führer und den Browsern beigegebene Sammlungen zur Benutzerführung das dominierende Orientierungsmittel auf dem Netz waren, haben ihnen seitdem die weit ausgreifenden Suchmaschinen völlig den Rang abgelassen. Diese Navigatoren im politischen Raum nutzen Softwareagenten (Spider), um eine Netzadresse nach der anderen aufzusuchen. Eine Reihe dieser Maschinen, schreibt ein Beitrag in *Internet World* vom Mai 1996, "analysieren zunächst die Adressen des Datensatzes um zu ermitteln, welche Sites am populärsten sind (typischerweise, indem sie die Anzahl der Links ermitteln, die auf die fraglichen Sites verweisen). Dann schicken sie Programme aus um Informationen nur über diese Sites zu erfassen". Ein Beispiel ist die Excite-Suchmaschine, die ca. 50 Millionen

Webdokumente indiziert hat: "Die Maschine versucht nicht, alle Web-Seiten zu sammeln, sondern sie baut eine Schätzung der populärsten Seiten auf, indem sie die Links erfaßt, die auf Seiten liegen, die bereits als bekannt seien." Auch die Suchmaschinen Lycos oder Web Crawler arbeiten so. Wer nicht genug Links hat, bleibt unsichtbar - es sei denn, er meldet sich an.

19 U.S. District Court for Eastern District of Pennsylvania, Civil Action No.96-1458, June 11, 1996.

20 Vgl. Mambrey, P., Digitale Partizipation der Bürger; in: FIFF-Kommunikation 4/1996, S.10ff.; Bonchek, M.S., From Broadcast to Netcast: The Internet and the Flow of Political Information, Diss. MIT Cambridge 1996/7 (URL: www.ai.mit.edu/people/msb/thesis/contents.html); Geser, H., Auf dem Weg zur "Cyberdemocracy"? Auswirkungen der Computernetze auf die öffentliche politische Kommunikation, Zürich Juli 1996 (URL: www.unizh.ch/~geserweb/komoeef/ftext.html); Hagen, M., A Road to Electronic Democracy? - Politische Theorie, Politik und der Information Superhighway in den USA; in: Kleinsteuber, H.J., Der "Information Superhighway". Amerikanische Visionen und Erfahrungen, Opladen 1966, S.63ff.; Leggewie, C., Netizens oder: der gut informierte Bürger heute. Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Chancen demokratischer Beteiligung im Internet - anhand US-amerikanischer und kanadischer Erfahrungen, Bonn 1996 (URL: www.iid.de/macht/beitraege/leggewie.html)

21 S.z.B. den Bericht in der FAZ v. 28.10.1997