UNIVERSITÄT AUGSBURG
Universitätsbibliothek

OPEN ACCESS
OPUS AUGSBURG

E-Partizipation im Kontext der Mediatisierung von Demokratie und Gesellschaft

Jeffrey Wimmer

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Wimmer, Jeffrey. 2012. "E-Partizipation im Kontext der Mediatisierung von Demokratie und Gesellschaft." In *Soziale und politische Teilhabe im Netz?: E-Partizipation als Herausforderung*, edited by Lars Gräßer and Friedrich Hagedorn, 23–37. München: kopaed.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

licgercopyright

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
Deutsches Urheberrecht
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
https://www.uni-augsburg.de/de/organisation/bibliothek/publizieren-zitieren-archivieren/publiz/

Jeffrey Wimmer

E-Partizipation im Kontext der Mediatisierung von Demokratie und Gesellschaft

Die verschiedenen, sich immer mehr überschneidenden Formen interpersonaler und öffentlicher Kommunikation im Kontext des Internets machen anstatt einer klaren Unterscheidung von „aktiven", „reaktiven", „interaktiven" oder auch „partizipierenden" Rezipienten eine differenziertere Bestimmung des gesellschaftlichen Charakters der neuen Formen medialer Partizipation und deren kulturelle Verortung notwendig. Denn der rasche Medienwandel lässt die Frage aufkommen, ob die aktuellen Öffentlichkeitsstrukturen gesellschaftliche Teilhabe auch in einem digitalen Zeitalter noch umfassend gewährleisten können. Um vor diesem Hintergrund das Potential von E-Partizipation kritisch zu reflektieren, gliedert sich der Beitrag in vier Abschnitte. Nach einer kurzen Einführung (Abschnitt 1) wird zuerst der demokratierelevante Zusammenhang von Öffentlichkeit, Medien und Partizipation ausgeführt (Abschnitt 2), um einen genaueren Blick auf die neuen Formen von E-Partizipation zu werfen (Abschnitt 3). Abschließend folgen weiterführende Überlegungen zur „digitalen Teilhabe" (Abschnitt 4).

1 „Demokratie an"

Unter dem Motto „Acta aus, Demokratie an" versammelten sich im Februar 2012 Hunderte von Demonstranten in Berlin-Mitte, um gegen das von der EU geplante Urheberrechtsabkommen ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) zu protestieren. Ein ähnliches Bild ergibt sich auch in anderen deutschen und europäischen Großstädten. Organisiert haben sie sich über das Internet: über Wikis, Twitter, Facebook-Gruppen, Blogs und andere zahllose Kanäle des Social Web. Die Anti-ACTA-Bewegung ist nur eines von vielen aktuellen Beispielen für Partizipation im Zeitalter digitaler Medien. Ob nun das virtuelle Organisieren von Protesten, das Unterzeichnen einer

Online-Petition oder das Initiieren und Unterstützen sozialer Projekte auf einer Crowdfunding-Plattform: die Bandbreite an Möglichkeiten, im so genannten Web 2.0 politisch und gesellschaftlich aktiv zu werden, ist unüberschaubar. Digitale Medientechnologien schaffen somit – vielen Netzaktivisten zufolge – die nötigen Voraussetzungen für eine umfassende Revitalisierung bürgerschaftlichen Engagements.

Partizipation ist dabei in einem umfassenden Wandlungsprozess unseres Alltags hin zu einem Medienalltag zu fassen. In der sich entfaltenden Mediendemokratie scheint die Unterscheidung zwischen „Bürger", „Konsument" und „Rezipient", wie sie im demokratietheoretischen Diskurs bisher üblich war, überkommen, denn die Rezipienten stellen zugleich ein Publikum partizipierender Bürger und vice versa dar (Couldry 2004, Krotz 2007). Generatoren dieser Entwicklung sind, neben einem gesellschaftspolitischen Wandel, die neuen Möglichkeiten und Formen medialer Partizipation, die die digitalen Medientechnologien mit sich bringen und die das Verhältnis zwischen Medieninstitutionen und ihrem Publikum, zwischen dem Programm und seinen Zuschauern, grundsätzlich neu definieren. Dieser Wandel von Partizipationsrollen betrifft dabei nicht nur den medialen Bereich, sondern ist in allen gesellschaftlichen Bereichen, besonders auch im politischen System zu beobachten.

Studien zeigen, dass die zunehmende Mediatisierung partizipativer Praktiken die primäre Bedeutung von politischer Partizipation als Teilnahme an politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen in Rahmen von Wahlen und Parteien wandelt und auf eine Vielzahl anderer Alltagshandlungen erweitert. Ein aktuelles Beispiel dafür, wie sich die Grenzen politischer Partizipation auflösen, ist der so genannte politische Konsum. Damit sind Kaufentscheidungen beziehungsweise -boykotte gemeint, die sich nicht nur auf ökonomische Kriterien beziehen, sondern in einem weiteren Sinne politische Motive enthalten. Wie sind aber diese Prozesse zu erklären und detaillierter aufeinander zu beziehen? Entscheidend erscheint hierbei der Aspekt, dass diese neuen Formen von Partizipation sich nicht nur auf politische Praktiken in einem engeren Sinne, sondern immer auch auf mediale Praktiken beziehen. Mehr noch: Wie es das Fallbeispiel des „consumer netizen" verdeutlicht, können die neuen Formen digitaler Partizipation (E-Partizipation) ohne Medienvermittlung gar nicht mehr gedacht werden (vgl.

Yang et al. 2011): Medien werden hier auf vielfältige Weise unter anderem zur Vernetzung, Selbstdarstellung oder zum Wissensmanagement der neuen, mehr oder weniger politiknahen Alltagspraktiken genutzt beziehungsweise ermöglichen diese erst.

2 Partizipation als Voraussetzung von Demokratie

Mediale Partizipation stellt sich als ein zentrales Element der Realisierung von Demokratie dar, denn die Thematisierung und Diskussion relevanter politischer Angelegenheiten sichern die Funktionalität und Legitimität eines demokratischen Gesellschaftssystems. Es stellt sich allerdings die Frage, ob alle, die an den öffentlichen Kommunikationsabläufen teilnehmen wollen, auch tatsächlich die Möglichkeit dazu haben. Peters (1994: 52, Kursivsetzung i. O.) differenziert die Beschränkungen, denen ein solches idealtypisches Modell normativer Öffentlichkeit in der gesellschaftspolitischen Kommunikationswirklichkeit ausgesetzt ist – oder anders, formuliert die Ungleichheiten und Asymmetrien in den öffentlichen Kommunikationsverhältnissen: „Es gibt Ungleichheiten der *Sichtbarkeit* oder Vernehmlichkeit, des jeweils beanspruchten oder kontrollierten Anteils am öffentlichen Raum; es gibt Ungleichheiten *des Einflusses*; und es gibt schließlich asymmetrische *Wissensvoraussetzungen* in Kommunikationen."

Einige Autoren verweisen auf eine zentrale demokratietheoretische Aporie (= Unmöglichkeit der Funktionserfüllung): Da der Raum öffentlicher Kommunikation nicht unbegrenzt ist, können die normativen Ansprüche an Öffentlichkeit nicht von allen Bürgern gleichzeitig und gleichermaßen in Anspruch genommen werden, ansonsten würde sich die Gesellschaft auflösen.

Diese Problematik kommt aktuell in der Diskussion um eine Differenzierung von (Teil-)Öffentlichkeiten in Folge medialen Wandels und den ungleichen Partizipationschancen der verschiedenen Öffentlichkeitsakteure im Netz zum Ausdruck (vgl. Jarren/Krotz 1998, Wimmer 2007).

Vor dem Hintergrund der raschen Transformation von Öffentlichkeit und deren zentraler integrativen Funktion für die Gesellschaft formuliert daher Krotz (1998: 111f., Kursivsetzung i. O.) folgende Grundsatzfrage nach den Partizipationschancen an der Öffentlichkeit:

> „[W]*ie adäquat* [sind] *die bisher mögliche Teilhabe an organisierter Öffentlichkeit als Nutzung standardisierter Nachrichten- und Informationssendungen und wie adäquat die Partizipationsmöglichkeiten der repräsentativen Demokratie unter heutigen Lebens-, Arbeits- und Medienbedingungen heute noch* [...] Denn Bürgern und Bürgerinnen müssen gemäß des gesellschaftlichen und technischen Entwicklungsstands adäquate Informations- und Partizipationsmöglichkeiten eingeräumt werden."

Die Strukturen politischer Öffentlichkeit sollten also dem Individuum adäquate Mitgestaltungsmöglichkeiten an der (Medien-)Demokratie gestatten. So gilt es auch zu untersuchen, inwieweit in der Öffentlichkeit (als intermediäre Sphäre zwischen der privaten Lebenswelt und politischen wie gesellschaftlichen Strukturen) private Meinungen repräsentativ diskutiert werden, welche davon Anschluss an einen breiteren gesellschaftlichen Diskurs finden und welchen Beitrag die Bürger dazu leisten können. Dieses zentrale Erkenntnisinteresse formulieren prägnant Couldry et al. (2007: 24):

> „What are the matters of common concern, how are they engaged by the public, how does public engagement relate to political participation, if at all, and how important are media facilitating, shaping or impending such participation."

In ihrer Analyse der grundlegenden Medienrepertoires des Publikums kommen die Autoren dabei zu dem Schluss, dass eine größere kommunikative Vernetzung der Bürger untereinander und eine größere Orientierung an – in Massenmedien vermittelten – öffentlichen Themen zu einem größeren Vertrauen in den Staat und zu mehr zivilgesellschaftlichem Engagement führen (Konzept der Public Connection).

Die oftmals als einheitlich und universell gedachte politische Öffentlichkeit zerfällt allerdings bei näherem Hinsehen in mehrere partikulare beziehungsweise segmentierte Teilöffentlichkeiten. Dieser Prozess wird durch die Existenz moderner (Massen-)Medien rapide beschleunigt. Neuberger (2009: 35) macht hier grundsätzlich darauf aufmerksam, dass digitaler Medienwandel und die neuen technischen Potentiale für Interaktivität und Partizipation die Strukturen von Öffentlichkeit neu prägen und zum Teil „funktionale Äquivalente" zum Journalismus und damit zu

massenmedialer Öffentlichkeit entstehen lassen. Ein Beispiel dafür stellt die Blogosphäre dar, der man eine synchronisierende Öffentlichkeitsfunktion unterstellen kann. Hiermit soll natürlich nicht für einen Niedergang der Öffentlichkeitsfunktion des klassischen Journalismus plädiert werden, allerdings entstehen aufgrund des Medienwandels neue Kanäle der Politikvermittlung, die wie zum Beispiel soziale Netzwerkdienste oder Online-Spiele gerade die jüngere Generation besonders ansprechen. So zeigen aktuelle Forschungsergebnisse zur konvergenten Medienwelt von Jugendlichen eindrücklich, dass die Mediendienste des Social Web für deren interpersonale Kommunikation und deren Wahrnehmung gesellschaftlicher Kommunikation immer relevanter werden. So verlagert sich beispielsweise gerade bei Jugendlichen die interpersonale Kommunikation via E-Mail zu einer Kommunikation via sozialer Netzwerkdienste (z. B. Schmidt et al. 2009).

Insgesamt gesehen erscheint Öffentlichkeit unter heutigen digitalen Bedingungen mediatisierter denn je, ob dies neben ihrer repräsentativen und deliberativen Dimension auch auf ihre partizipative zutrifft, soll im nächsten Kapitel skizziert werden.

3 Teilhabe, Engagement und Partizipation 2.0[1]

So einfach wie heute war es noch nie, sich online für eine Sache zu engagieren. Intuitiv bedienbare Anwendungen machen es leicht, eigene Inhalte im Netz zu erstellen und zu verbreiten. Informationsproduktion und -distribution bleiben nicht länger versierten Nutzern, Unternehmen oder Medienorganisationen vorenthalten. Nutzergenerierte Inhalte (User Generated Content) lassen die Grenze zwischen Sender und Empfänger verschwimmen. Neue Informations- und Kommunikationsräume entstehen, in denen sich Themen und Gegenöffentlichkeiten entwickeln können, für die in den klassischen Medien bisher kein Platz war (vgl. Wimmer 2007). Dank der offenen und hierarchielosen Struktur des neuen Netzes kann – zumindest prinzipiell – jeder Nutzer mit seiner Stimme zum Teil des gesellschaftlichen und politischen Diskurses werden. Auf unzähligen Plattformen finden Menschen mit ähnlichen Interessen zueinander, um ihr Wissen zu teilen, sich zu vernetzen und zusammenzuarbeiten.

Jenkins et al. (2009) sehen darin die Anfänge einer „participatory culture", in der die technischen Möglichkeiten des Social Web zivilgesellschaftliches Engagement an sich und damit auch politische Partizipation erleichtern und beide auf einfache Weise zum Bestandteil des alltäglichen Medienhandelns werden lassen. Engagement bleibt dabei nicht mehr nur auf das persönliche Umfeld beschränkt, sondern erreicht durch die technische Konnektivität eine globale Ebene und erweitert den Handlungshorizont des Einzelnen enorm. Die neuen Medien bringen Engagement-Suchende mit Organisationen und Hilfe-Suchenden zusammen und erleichtern durch die Unabhängigkeit von Ort und Zeit den Zugang zur Partizipation. Dies kommt vor allem denjenigen zugute, die sich flexibel engagieren möchten und sich nicht langfristig an eine Organisation und deren Ziele binden möchten oder können. Insofern schafft das Internet Platz für punktuelles und selbstbestimmtes Engagement und kommt so einem gesellschaftlichen Trend zur Individualisierung der Lebensführung entgegen und treibt ihn noch voran:[2] Gerade in der heutigen Zeit, die von Mobilität und Flexibilität gekennzeichnet ist, ist einem Engagement zu festen Zeiten und an einem festgelegten Ort, beispielsweise in einem Verein, oftmals schwierig nachzukommen. Online-Engagement kann diese Barriere aufbrechen und umgeht zugleich Hemmschwellen, die in der realen Welt womöglich ein Engagement verhindern würden. Es kann auch dazu beisteuern, dass Aktivitäten trotz veränderter Lebenssituation, wie etwa Familiengründung oder Wechsel des Lebensmittelpunktes, fortgeführt werden und somit zumindest online weiterhin ein Beitrag geleistet wird.

Natürlich ist hier übertriebene Euphorie fehl am Platz, denn nicht alle Rezipienten können diese Potenziale der neuen Medien gleichermaßen nutzen, sei es aus Ermangelung der technischen Voraussetzungen oder aufgrund fehlender Kompetenzen im Umgang mit den neuen Online-Werkzeugen (Stichwort „digitale Kluft"). So verdeutlichen empirische Studien, dass zwar drei von vier Deutschen heute zumindest gelegentlich online aktiv sind, sich aber abhängig von Alter und Bildung immer noch klare Unterschiede in der Nutzungsweise zeigen (vgl. van Eimeren/Frees 2011: 334 f.).

Die Grenze, was sich unter Online-Engagement verstehen lässt, ist nicht leicht zu ziehen. Wenig präzise ist schon der Begriff des Engagements selbst, dessen definitorische Abgrenzung bis heute Gegenstand wissenschaftlicher Debatten

ist.[3] So finden sich in der Literatur oft unterschiedliche Bezeichnungen für dasselbe Phänomen. Ein Begriff, auf den man in diesem Zusammenhang häufig trifft, ist das „Online-Volunteering". Für Jähnert (2012), der sich in seiner Definition am angelsächsischen Vorbild nach Ellis und Cravens (2000) orientiert, ist Online-Volunteering „freiwilliges Engagement, das teilweise oder komplett vom heimischen Rechner, von Arbeit oder von unterwegs aus über das Internet geleistet wird". In seiner Definition von Freiwilligenengagement lehnt er sich an die Definition der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements" an, die Freiwilligkeit, Unentgeltlichkeit, Kooperation, Öffentlichkeit und Gemeinwohlorientierung als die charakteristischen Merkmale freiwilligen Engagements benennt (Deutscher Bundestag 2002: 38f.). Ein ähnliches Verständnis findet sich auch bei Begemann et al. (2011), die in ihrem Bericht zum „Engagement von Jugendlichen in Zeiten des Web 2.0" Freiwilligkeit, Unentgeltlichkeit und gesellschaftliche Relevanz im Zusammenhang mit der Nutzung von Internettechnologien als kennzeichnend für „Engagement 2.0" (ebd.: 14f.) beschreiben.

Eine Schwierigkeit der Begriffsbestimmung liegt auch im Charakter des Internets selbst begründet. Die Erstellung von Inhalten – sei es das Schreiben eines Blogs, das Hochladen eines Films auf eine Videoplattform oder die Mitarbeit bei Wikipedia – erfolgt zwar in den meisten Fällen freiwillig, ist öffentlich zugänglich und wird nicht vergütet. Eine nähere Einschränkung ist allerdings notwendig, weshalb das Merkmal der Orientierung am Gemeinwohl – zu verstehen als die Ausrichtung am Gesamtinteresse einer Gesellschaft – hier stärker in den Vordergrund rücken soll, um nachfolgend Online-Engagement besser von einer Beteiligung ohne breiteren gesellschaftlichen Nutzen abzugrenzen.

Von dem Engagement-Begriff ist in der Diskussion um Beteiligungsangebote im Netz Online-Partizipation beziehungsweise E-Partizipation als Schlagwort zu unterscheiden. Ausgehend von Ansätzen beteiligungszentrierter Demokratietheorien, wird der Begriff der Partizipation meist in Verbindung mit politischer Teilhabe verwendet. Schmidt (2008: 236) definiert sie als „politische Beteiligung möglichst vieler über möglichst vieles, und zwar im Sinne von Teilnehmen, Teilhaben, Seinen-Teil-Geben und innerer Anteilnahme am Schicksal eines Gemeinwesens". Wobei sich Partizipation nicht nur auf die politische Sphäre beschränken muss, sondern auch in andere Lebensbereiche übertragen werden kann (vgl. Wagner 2011:

56). Mit diesem weit gefassten Verständnis von Partizipation erscheint auch eine trennscharfe Unterscheidung zwischen Engagement und Partizipation schwierig, was dazu führt, dass beide Ausdrücke teilweise synonym verwendet werden. Während der Engagement-Begriff vor allem den freiwilligen Einsatz für das Gemeinwesen betont, steht bei der Partizipation die Einbeziehung des Bürgers in Entscheidungen durch Formen der Mitsprache, Mitwirkung und Mitbestimmung im Vordergrund. Gemäß Evers (2010: 2) existieren zahlreiche Mischformen und Schattierungen von Engagement, die sich weder per se als politisch noch unpolitisch kategorisieren lassen, da sie sich zwischen der „‚fraglosen' Hilfsbereitschaft, die gesellschaftlich-politische Rahmenbedingungen in keiner Weise in Frage stellt auf der einen und der Beteiligung an politisch kontroversen Projekten und Debatten auf der anderen Seite" bewegen. Der Begriff der Partizipation kann daher sowohl im Sinne von gesellschaftlicher als auch politischer Teilhabe verstanden werden.

Außer klassischen Partizipationsformen wie der Petition, die in der E-Petition ihr virtuelles Pendant gefunden hat, lassen sich im Social Web eine Reihe neuartiger Formen der Beteiligung beobachten, die bisher kaum wissenschaftlich erfasst wurden. Der Schwerpunkt vieler Betrachtungen lag in der Vergangenheit vor allem auf dem Thema E-Partizipation im Kontext von E-Government, also dem Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien zur Vereinfachung von Prozessen der öffentlichen Verwaltung und Regierung (siehe dazu z. B. Kuhn 2006, Albrecht et al. 2008). Diese Angebote verfolgen typischerweise einen „Top-Down"-Ansatz, das heißt, politische Akteure versuchen, durch Online-Angebote mit partizipativen Elementen Bürger zur Mitgestaltung der Demokratie zu bewegen (vgl. Caesar 2012: 10). Viele Projekte dieser Art gehen jedoch selten über das Bereitstellen von Instrumenten zur Bewertung und Kommentierung hinaus. Die Möglichkeiten für den Nutzer, selbstbestimmt zu agieren, sind hier oft stark begrenzt. Auch die mangelnden Einflussmöglichkeiten der Bürger auf die tatsächliche Entscheidungsfindung und die Intransparenz der Prozesse wurden in der Vergangenheit häufig kritisiert (vgl. Albrecht et al. 2008: 135 ff., vgl. Märker 2009: 50 f.).

Die Konzentration auf den Bereich E-Partizipation blendet eine ganze Reihe weiterer Varianten von Online-Beteiligung aus, die nicht von staatlicher

Stelle initiiert wurden. Partizipation im Netz endet nicht mit der Übertragung klassischer Beteiligungsformen ins Virtuelle. Besonders interessant sind die aus dem Netz hervorgegangenen Graswurzelbewegungen (Grassroots Movements), von denen es einige in der Vergangenheit sogar in die Berichterstattung der klassischen Medien schafften.[4] Sie sind Beispiele für „Bottom-Up"-Netzwerke, welche aus einem „Moment der Freiwilligkeit oder persönlichem Handlungs- beziehungsweise Kommunikationsdruck heraus" (Caesar 2012: 10) entstehen und in der Regel ein zivilgesellschaftliches Interesse verfolgen. Charakteristisch sind die einfache Zugänglichkeit und die Selbstorganisation von Inhalten und Aktionen durch die Mitglieder der Netzwerke selbst. Zu denken wäre hier an die Nutzung beliebter Netzwerkdienste wie Facebook oder Twitter zur Mobilisierung und Vernetzung von Gleichgesinnten, die ein gemeinsames Anliegen verfolgen und ihren Forderungen über das Internet Gehör verschaffen. Allein auf dem sozialen Netzwerkdienst Facebook finden sich unzählige gemeinnützige Gruppen, die Facebook-Mitglieder in Eigenregie gegründet haben, um ein Zeichen zu setzen und Verbündete zu finden. Das thematische Spektrum dieser Gruppen ist nahezu unerschöpflich und reicht vom Protest gegen Atomkraft über „Laut gegen Nazis" bis hin zum EM-Boykottaufruf zum Schutz ukrainischer Straßenhunde. Auch die zu Anfang erwähnte Anti-ACTA-Bewegung hat ihre Wurzeln in den mediatisierten Netzwerken des Social Web.

Doch nicht nur kommerzielle Plattformen wie Facebook bieten Raum für „von-unten-nach-oben"-organisierte Beteiligung. Das Projekt openstreetmap.org beispielsweise nutzt open-source-basierte Wikis, um mit Hilfe von Freiwilligen weltweit Geodaten zu sammeln. Ziel ist die Erstellung einer frei verfügbaren Weltkarte, deren Nutzung nicht an Lizenzen gebunden ist. Auf dieses lizenzfreie Kartenmaterial von openstreetmap.org können wiederum andere gemeinnützige Projekte, wie wheelmap.org oder frankfurt-gestalten.de aufbauen. Bei wheelmap.org handelt es sich um eine interaktive Landkarte, auf der Nutzer durch ein Ampelsystem die Rollstuhltauglichkeit von Orten bewerten können und auf diese Weise benachteiligten Menschen helfen. Frankfurt-gestalten.de richtet sich an Frankfurter Bürger, die in ihrer Stadt etwas bewegen möchten. Das Portal informiert über aktuelle Entscheidungen der Lokalpolitik, bietet Raum für Diskussionen und gibt Bürgern die Möglichkeit, eigene Initiativen in ihrer Nachbarschaft zu starten. Das

Entstehen solcher Angebote unabhängig von den klassischen Akteuren der Zivilgesellschaft, wie NGOs (Non-Governmental Organization) oder Vereinen, zeigt das Interesse der Menschen, das Internet zum Wohle der Gemeinschaft zu nutzen und mit Hilfe der unterschiedlichen Social-Web-Dienste eigene Ideen in die Tat umzusetzen.

Natürlich haben aber auch Nichtregierungs- und Non-Profit-Organisationen das partizipatorische Potenzial des Social Web erkannt und sind ihren Anhängern zu Facebook, Twitter, Youtube und Co. gefolgt. Die Mehrheit ist jedoch noch zurückhaltend, was die Nutzung dieser Dienste angeht und setzt auch in den neuen Kanälen auf altbewährte Kommunikationsstrategien, die sich hauptsächlich auf die einseitige Vermittlung von Informationen beschränken. Ausnahmen bestätigen aber auch hier die Regel. So sind die Kampagnen-Community der Umweltorganisation Greenpeace „GreenAction" oder die Jugendseite des WWF gute Beispiele, wie auch NGOs durch das Bereitstellen technischer Strukturen das Online-Engagement ihrer Anhänger fördern und sie auf diese Weise besser in die eigene Kampagnenarbeit involvieren können. Auf der Seite GreenAction ruft Greenpeace seine Anhänger dazu auf, eigene Umwelt-Kampagnen zu starten und über die Community Mitstreiter für diese zu gewinnen. Auch die WWF-Plattform bietet ihren Unterstützern ein eigenes soziales Netzwerk und eine Vielzahl von Tools und Hilfestellungen, um Umweltaktionen zu koordinieren und zu organisieren. Beteiligungsplattformen wie Campact oder Avaaz sind erst durch die neuen Kommunikationsmöglichkeiten des Social Web entstanden. Diese Kampagnennetzwerke verstehen sich als Sprachrohr der Bevölkerung gegenüber politischen Entscheidungsträgern. Über die Beteiligungsplattformen initiieren sie in vergleichsweise kurzer Zeit Protest-Kampagnen zu verschiedensten Themen, häufig verbunden mit Online-Petitionen. Das Prinzip der Kampagnennetzwerke setzt auf das Bündeln vieler Stimmen, um so die mediale Aufmerksamkeit gezielt auf Themen zu lenken und den öffentlichen Druck auf die Politik zu erhöhen.

4 Fazit

Die kurze Skizze von E-Partizipation kann natürlich nur einen Bruchteil der vielen verschiedenen Beteiligungsformen wiedergeben, die im Netz zu finden sind. Er vermittelt aber sicherlich eine gute Vorstellung von der Bandbreite an Partizipationsangeboten, die das Social Web für engagierte Nutzer bereit hält und die zum Teil sehr publikumswirksam sind. Das Heranwachsen der „digitalen Generation" führt zu einer Professionalisierung digitaler Engagementangebote, gleichzeitig wird deren Nutzung für weite Teile der Gesellschaft zunehmend selbstverständlicher. Es ist daher anzunehmen, dass E-Partizipation und Partizipation im klassischen Sinne stärker zusammenwachsen werden. So können aktuelle Studien unter anderem zur Twitter-Nutzung im Rahmen von lokalen Protesten deren Mobilisierungserfolg und das Entstehen lokaler ad-hoc-Öffentlichkeiten dokumentieren. Allerdings stehen noch Erkenntnisse darüber aus, inwieweit diese Formen von digitaler Teilhabe es den Bürgern wirklich ermöglichen, dass wie in Abschnitt 2 skizziert in der (politischen) Öffentlichkeit – als intermediäre Sphäre zwischen der privaten Lebenswelt und politischen wie gesellschaftlichen Strukturen – ihre private Meinungen auch repräsentativ diskutiert werden, um zu einem breiteren gesellschaftlichen Diskurs zu führen.

Auch kann diese Skizze von E-Partizipation nur eine Momentaufnahme sein, da sich die Art und Weise, wie sich Menschen im Netz engagieren, beständig weiterentwickelt und die Angebotslandschaft noch sehr heterogen ist und unterschiedlichste Akzente bei den Partizipationsmöglichkeiten setzt. Die Digitalisierung von Partizipation verweist aber klar auf drei weiterführende Prozesse bzw. mehrfache Formen mediatisierter Partizipation: Einerseits entstehen im Rahmen der Mediatisierung von Partizipation nicht nur digitale Abbilder realweltlicher Partizipationsmöglichkeiten wie z. B. Mediationsplattformen bei der politischen Diskussion um die Fehmarn-Belt-Querung oder auch zivilgesellschaftliches Agenda Building im Social Web durch Youtube-Videos im Falle der ACTA-Debatte. Andererseits entstehen gleichzeitig gänzlich neue Formen von Partizipation und damit neue Potentiale für das Entstehen gesellschaftlichen Engagements, was sich am Beispiel kommunikativer Vergemeinschaftung z. B. im Rahmen von Online-Spielwelten aufzeigen lässt: Hier können neue Potentiale für die Bildung von Sozialkapital und damit

zusammenhängend unter Umständen sowohl gesellschaftliches Engagement gefördert als auch soziale Ungleichheit im Sinne fehlender Teilhabe gelindert werden (vgl. Wimmer 2012). Mit diesen Prozessen einher geht drittens die Bedeutungszunahme sowohl des Subpolitischen als auch des Subkulturellen im Rahmen politischer Kommunikation. Zusammenfassend kann man konstatieren, dass sich durch die Digitalisierung und Mediatisierung von Partizipation auch der Wert und das Verständnis politischer Partizipation grundlegend ändern. Denn Kommunikationsmedien stellen immer auch Sozialisierungs- und Identitätsangebote dar und prägen hinsichtlich ihrer Bedeutungs- und Sinngehalte die verschiedenen kulturellen, sozialen wie politischen Kontexte, in die sie eingebettet sind (vgl. Krotz 2007). So agiert die Jugend gerade im Internet medial so partizipativ wie noch nie in der Geschichte der Menschheit. Die Ergebnisse der aktuellen Shell-Studie (2010) zeigen aber, dass „soziales Engagement" und „politisches Bewusstsein" als Selbsthaltung nur von knapp einem Drittel der Jugendlichen genannt werden. An der Überwindung dieser „digitalen" Bedeutungskluft muss sich die aktuelle und zukünftige Medienpolitik messen lassen.

Literaturangaben

Albrecht, S./Kohlrausch, N./Kubicek, H./Lippa, B./Märker, O./Trènel, M./Vorwerk, W./Westholm, H./Wiedwald, C. (2008): E-Partizipation – Elektronische Beteiligung von Bevölkerung und Wirtschaft am E-Government. Projektbericht im Auftrag des Bundesministeriums des Innern, Ref. IT 1. Bremen: Ifib.

Begemann, M.-C./Bröring, M./Düx, W./Sass, E. (2011): Jugendliche Aktivitäten im Wandel. Gesellschaftliche Beteiligung und Engagement in Zeiten des Web 2.0. Endbericht. Dortmund.

Caesar, I. (2012): Social Web – politische und gesellschaftliche Partizipation im Netz. Berlin: Simon Verlag für Bibliothekswissen.

Couldry, N. (2004): The Productive „Consumer" and the Dispersed „Citizen". In: International Journal of Cultural Studies, Jg. 7, H. 1, S. 21-32.

Couldry, N./Livingstone, S./Markham, T. (2007): Media Consumption and Public Engagement. London: Palgrave Macmillan.

Deutscher Bundestag (2002): Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements". Bürgerschaftliches Engagement: Auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft. Online unter: http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Themen/Politik_Gesellschaft/GeselZ usammenhalt/enquete_be.pdf?__blob=publicationFile (zuletzt erreicht 16.03.12).

Ellis, S./Cravens, J. (2000): The Virtual Volunteering Guidebook. How to Apply the Principles of Real-World Volunteer Management to Online Service. Palo Alto, CA: Impact Online.

Evers, A. (2010): Pars pro toto? Partizipationsforschung im Rahmen von Engagementforschung. In: BBE Newsletter 10/2010. Online unter: http://www.b-b- e.de/fileadmin/inhalte/aktuelles/2010/05/nl10_evers.pdf (zuletzt erreicht 16.03.12).

Hacket, A./Mutz, G. (2002): Empirische Befunde zum bürgerschaftlichen Engagement. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 9, S. 39-46.

Jähnert, H. (2012): Was ist Online-Volunteering? In: BBE-Newsletter 05/2012. Online unter http://www.b-b- e.de/fileadmin/inhalte/aktuelles/2012/03/nl05_jaehnert_online-volunteering.pdf (zuletzt erreicht 16.03.12).

Jarren, O./Krotz, F. (Hrsg.) (1998): Öffentlichkeit unter Vielkanalbedingungen. Baden-Baden: Nomos.

Jenkins, H./Purushotma, R./Clinton, K./Weigel, M./Robison, A. (2009): Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. Cambridge: MIT Press.

Jung, H. (1994): Wertewandel im freiwilligen Bürgerengagement. In: Akademie für politische Bildung/Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Gesundheit (Hrsg.): Ehrenamt – Krise oder Formwandel? Tutzing, S. 21-64.

Krotz, F. (1998): Öffentlichkeit aus Sicht des Publikums. In: Jarren, O./Krotz, F. (1998) (Hrsg.). Öffentlichkeit unter Vielkanalbedingungen. Baden-Baden: Nomos, S. 95-117.

Krotz, F. (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS.

Kuhn, F. (2006): Elektronische Partizipation: Digitale Möglichkeiten – Erklärungsfaktoren – Instrumente. Wiesbaden: VS.

Märker, O. (2009): Studie E-Partizipation in Deutschland. Stärken – Schwächen – Handlungsempfehlungen. In: Journal of Democracy, Jg. 1, H. 1, S. 45-54.

Neuberger, C. (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, C./Nuernbergk, C./Rischke, M. (Hrsg.). Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS, S. 19-105.

Peters, B. (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, F. (Hrsg.). Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34). Opladen: Westdeutscher, S. 42-76.

Schmidt, J.-H./Paus-Hasebrink, I./Hasebrink, U. (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web-2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas.

Schmidt, J.-H. (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. 2. überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK.

Schmidt, M. (2008): Demokratietheorien. Eine Einführung. 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS.

Shell Deutschland (Hrsg.) (2010): Shell Jugendstudie 2010. Frankfurt a. M.: Fischer.

van Eimeren, B./Frees, B. (2011): Drei von vier Deutschen im Netz – Ende des digitalen Grabens in Sicht? In: Media Perspektiven, H. 7-8, S. 334-349.

Wagner, U. (2011): Medienhandeln, Medienkonvergenz und Sozialisation. Empirie und gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven. München: kopaed.

Wimmer, J. (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS.

Wimmer, J. (2012): „Bowling alone together" – Der Zusammenhang von Sozialkapital und Ungleichheit in virtuellen Spielwelten. In: Stegbauer, Christian (Hrsg.): Ungleichheiten aus kommunikations- und mediensoziologischer Perspektive. Wiesbaden: VS, S. 323-344.

Yang, M./Niesyto, J./Baringhorst, S. (2011): Politische Partizipation im Social Web. Das Beispiel nachhaltiger Konsumkritik im Social Web. In: Forum Wissenschaft & Umwelt 14, 144-149.

Zimmer, A./Vilain, M. (2005): Bürgerschaftliches Engagement heute. Schriftenreihe der Stiftung Westfalen-Initiative, Bd. 10. Münster.

Anmerkungen

1 Bezüglich des Überblicks über neue Engagementsformen bin ich Christin Hildebrandt, Linette Heinrich und Phillis Ros für ihre Unterstützung zu Dank verpflichtet.

2 Bürgerschaftliches Engagement hat über die letzten Jahre eine starke Verlagerung, weg vom traditionellen Ehrenamt hin zu individuelleren Formen des Engagements, erfahren. Mit der Suche nach eigenen Organisationsformen haben sich neue Strukturen des Engagements jenseits von Verbänden und Vereinen entwickelt, die Engagierten mehr Beweglichkeit und Gestaltungsmöglichkeiten sowie ein höheres Maß an Selbstbestimmung bieten. In diesem Zusammenhang ist auch von einem „Strukturwandel des Ehrenamts" die Rede (vgl. Jung 1994: 54 zit. nach Hacket & Mutz 2002).

3 Schon der Begriff des Engagements ist bereits so facettenreich, dass auch in der Engagementforschung Uneinigkeit darüber herrscht, wie er sich sinnvoll eingrenzen lässt. Die Begriffsvielfalt reicht von freiwilligem Engagement in Abgrenzung zum bürgerschaftlichen Engagement, zur ehrenamtlichen Tätigkeit und zur politischen Beteiligung. Für eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit der Begriffsbestimmung siehe Zimmer & Vilain 2005: 7 ff., Evers 2010: 37 f.

4 Ein prominentes Beispiel hierfür wäre der Widerstand der Internetgemeinde gegen ein Gesetzesvorhaben zur Sperrung von Internetseiten der damaligen Familienministerin von der Leyen, welches unter dem Schlagwort „Zensursula" von den Medien aufgegriffen wurde. Der Protest mündete in einer Online-Petition, die 130.000 Mitzeichner fand und damit zur bisher erfolgreichsten Online-Petition wurde (vgl. Schmidt 2011: 163). Auch die Protestwelle in Facebook gegen den Rücktritt des Verteidigungsministers Guttenberg im Frühjahr 2011 unter der Parole „Wir wollen Guttenberg zurück" ist exemplarisch. Diese Graswurzelbewegung scheiterte allerdings daran, den Online-Protest erfolgreich in die reale Welt zu übertragen.