



universität
wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

„Warum Brecht nicht jubeln kann und ihn der Subcomandante zum lächeln bringt.“

Potentiale und Grenzen von Gegenöffentlichkeit im Internet. Ein Versuch der Entmythologisierung.

Verfasser

Armin Grasberger, bakk. phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. Phil)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt: 066/841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: o. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Dezember 2013

Armin Grasberger

Danksagungen

Jetzt, hier, am Ende dieses Abschnittes meines Lebens, ist es mir ein tiefes Bedürfnis, jenen Menschen Dank auszusprechen, die mich dabei unterstützt haben, diesen Punkt zu erreichen. Ein großes Dankeschön geht deshalb an

meine Eltern **Josef und Helga** – für ihre Geduld, ihre Unterstützung in sämtlichen Belangen und die Zuversicht (die bei mir hin und wieder doch im Schwinden begriffen war)

meinen kleinen Bruder **David** – fürs unbeabsichtigte Wachhalten und die zahlreichen Stunden spielerischer Prokrastination vor der PlayStation

meine Oma **Greti** – fürs jahrzehntelange Bekochen und Umsorgen

Katriina – fürs Korrekturlesen (etc.)

das **Wolfsrudel** – für Alles und die Musik

den **Simpatico Express** – für die offenen Arme

und an sämtliche **Wegbegleiter, Freunde aus der Heimat** und all jene, die jemals nächtelang durchphilosophierend an meiner Seite waren.

Inhaltsverzeichnis

1. Problemperspektive.....	1
2. Fragestellungen.....	5
3. Wissenschaftliche Herangehensweise	7
4. Bertold Brechts Radiotheorie.....	10
4.1 Einer spricht, alle anderen hören zu.....	10
4.2 Die undemokratischen Massenmedien	11
4.3 Öffentlichkeit vs. Gegenöffentlichkeit	14
4.4 Vom Boten zum Vermittler – Die Brechtsche Utopie	15
4.5 Konnte Brecht nun endlich jubeln?.....	16
5. Das Musterbeispiel – Botschaften aus dem lakandonischen Urwald.....	18
5.1 Der Chiapas-Konflikt – Eine kurze Einführung	18
5.1.1 Alles begann in San Cristobal	18
5.1.2 Subcomandante Marcos - Galionsfigur wider Willen.....	21
5.2 Mit etwas Abstand betrachtet	23
6. Symbolische Politik.....	25
6.1 Die verschiedensten Gesichter der Mobilisierung	26
6.1.1 Die erste Consulta.....	26
6.1.2 Das erste intergalaktische Treffen.....	26
6.1.3 Das zweite intergalaktische Treffen	27
6.1.4 Der Marsch nach Mexiko-Stadt.....	28
6.1.5 Consulta Nacional (1999).....	28
6.1.6 Der Zapatistische Marsch für die indigene Würde.....	28
6.2 Alter Wein in neuen Schläuchen	29
7. Strukturelle Merkmale des Medienmarktes und die Rolle des Internets	32
7.1 Die Tendenz zur Konzentration	33
7.2 Die Gesetze des Marktes	36
7.3 Eine Karte des Internets – internet-map.net.....	38
7.4 Zahlreiche Ungleichheiten – Mind the Gaps.....	50
7.4.1 Der Digital-Divide-Ansatz	51
7.5 Die (vernetzte) Welt in 2011 – ein Überblick	53
7.5.1 Die International Telecommunication Union.....	53
7.5.2. ICT – Facts and Figures.....	53

7.6 Mikro- und Makroebene.....	56
7.6.1 Google vs. China.....	58
7.6.2 Ein Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit – der Iran.....	61
7.6.3. Das Modell der OpenNet Initiative.....	63
8. Gesellschaftstheoretische Überlegungen	72
8.1 Kulturelles Kapital.....	72
8.1.1 Mensch und Maschine	73
8.1.2 Wenn schlicht und einfach die Zeit fehlt.....	75
8.2 Die Mär vom Objektivismus und die strukturellen Zwänge.....	78
8.3 Recht auf Müßiggang	81
8.4 Vertrauen und Kompetenz.....	85
8.5 Reduktion von Komplexität.....	86
8.6 Der Vertrauensmechanismus	89
8.6.1 Der schwere Stand der Außenseiter	93
9. Plädoyer für Medienkompetenz	96
10. Resümee	97
Literaturverzeichnis.....	106
Abbildungsverzeichnis.....	110
Lebenslauf.....	113
Abstract	114

„Einen Namen haben wir. Sterben werden wir nicht mehr. Laßt uns tanzen. Sterben werden wir nicht mehr. Einen Namen haben wir.“ Subcomandante Marcos (Marcos 2008: 116)

1. Problemperspektive

Die globale Gesellschaft wurde im Laufe ihrer Entwicklung oftmals nach einem für sie und ihre Zeit besonders markanten Merkmal benannt. Angefangen bei der Steinzeit gibt es bis heute, je nachdem wie feingliedrig man die Einteilung ziehen will, eine Vielzahl an Benennungen. Bronzezeit, Eisenzeit, Agrargesellschaft, Zeitalter der industriellen Revolution etc. Mit der technologischen Weiterentwicklung veränderten sich dabei stets auch immer die Relevanz und die Wertigkeiten gewisser Rohstoffe. Während im Industriezeitalter die Verteilung von Energie im Vordergrund stand, hat sich der Fokus in den letzten Jahrzehnten auf einen anderen Rohstoff verlagert. Die Rede ist von Information. Ohne jeden Zweifel befinden wir uns momentan im Informationszeitalter. Wie weit die Transformation abgeschlossen ist bzw. ob sich die Gesellschaft bereits auf den Weg in ein neues Zeitalter gemacht hat, sei dahingestellt. Fakt ist, der Rohstoff „Information“ ist heute von enormem Wert. Wissen bedeutet nicht umsonst Macht.

In den vergangenen Jahrzehnten war ebenso ein Zusammenwachsen der globalen Gemeinschaft zu bemerken. Die Welt wird, salopp formuliert, immer kleiner. Distanzen sind bei weitem nicht mehr jener Faktor, der sie früher einmal ohne Zweifel waren – egal, ob in wirtschaftlicher oder privater Hinsicht. Die Welt wächst zusammen. Die, wie auch immer gearteten, Interdependenzen steigen dadurch natürlich zwangsläufig. Ebenso steigt die Zahl der Regionen, die sich in unser Aufmerksamkeitsfenster drängen. Um die globalen Zusammenhänge besser verstehen zu können, ist es wichtig, sich zu informieren. Um politischen und ökonomischen Entwicklungen folgen zu können, bedarf es einer Auseinandersetzung mit den jeweiligen Hintergründen. Die schiere Unmenge an potentiell relevanten Vorgängen auf unserem Planeten macht es für den Durchschnittsmenschen aber schlicht und einfach unmöglich, sich einen detaillierten Überblick über sämtliche Themengebiete zu verschaffen. Man muss sich wohl oder übel auf Informationsdistributoren verlassen; Instanzen, die eine Vorauswahl treffen und uns den gewünschten Überblick verschaffen. Im Laufe dieser Entwicklung betraten die Massenmedien nach und nach die Bühne der Öffentlichkeit. Ihr Angebot der

Informationsvermittlung in kompakten Häppchen war und ist die logische Folge der immer stärker anschwellenden Informationsflüsse. Im Zuge dessen entwickelten sie sich zusätzlich zu einem Korrektiv, das den Herrschenden genau auf die Finger schauen und sie, sofern es notwendig war, durch die Aufdeckung windiger Machenschaften unter Druck setzen konnte. Der Sager von der „Vierten Macht im Staat“ kommt nicht von ungefähr. Die Massenmedien präsentierten und servierten, die Bevölkerung nahm den Service dankend in Anspruch und konsumierte. Zumindest in den Anfangstagen. Aber nach und nach machten sich Zweifel ob der Unidirektionalität des Informationsflusses breit. Aufgrund der Wichtigkeit von Information im Informationszeitalter stiegen die Medien bald zu einem der vorrangigen Ziele der Mächtigen auf, wenn es darum ging, Kontrolle über die Gesellschaft auszuüben, den Status Quo zu zementieren und ihre Privilegien zu schützen. Dieser Umstand war Vielen allerdings rasch ein Dorn im Auge. Sie verlangten nach demokratischeren und hierarchiefreien Möglichkeiten der Informationsverbreitung. Einer der wohl bekanntesten Streiter für diese Sache war Bertold Brecht.

Er sprach im Zuge seiner Radiotheorie einst von einem echten „Kommunikationsapparat“ anstelle eines reinen „Distributionsapparates“. Die Bürger sollten nicht mehr nur als Konsumenten und Rezipienten am Kommunikationsfluss teilhaben, sondern auch aktive Rollen übernehmen können. Weg von der Unidirektionalität hin zur Multi-, oder zumindest für den Anfang Bidirektionalität. Es sollte eine Bühne geschaffen werden, auf welcher dem Mainstream zuwiderlaufenden Standpunkten ebenfalls gesteigerte Aufmerksamkeit entgegengebracht werden konnte. Die zu Brechts Lebzeiten vorherrschenden technischen Limitierungen machten derartige Entwicklungen allerdings unmöglich. Man war einfach noch nicht so weit. Doch der technologische Fortschritt sollte Brechts Utopie bald Realität werden lassen. Denn mit der atemberaubenden Entwicklung des Internets schien sich seine Vision zu verwirklichen. Die Gegenöffentlichkeit, also die im Vergleich zum herrschenden Konsens anders lautenden Meinungen und Darstellungen, die bisher von der Massenkommunikation ausgeschlossen waren, so schien es, hatte endlich einen Weg gefunden, eine nie für möglich gehaltene Vielzahl an Menschen zu erreichen. Massenmedial vermittelter Kommunikation schien generell eine Revolution bevor zu stehen.

Brecht bezog sich in seinen damaligen Überlegungen unter anderem auf Sergej

Tretjakow. Angesichts der enormen Umwälzungen auf technischer und sozialer Ebene zu Beginn des 20. Jahrhunderts, forderte Tretjakow eine „Aufhebung der Spaltung in kulturell-intellektuelle Produzenten und passive Konsumenten, die >>Einbeziehung der Massen in jenen Prozess des >Schaffens<, den bis jetzt die Einzelgänger >zelebrierten<.“ (Tretjakow 1923/1972; Spehr 2001: 3) Die Idee war also nicht gänzlich neu, ihre Verwirklichung stand mit dem Siegeszug des Internets allerdings endlich so gut wie bevor.

Im Laufe der letzten Jahrzehnte gab es nun viele Fälle, in deren Zusammenhang man von der unglaublichen Kraft, die dem weltweiten Informationsnetz innewohnen soll, sprach. Die Aufstände der Neo-Zapatistas in Chiapas/Mexiko, gelten dabei bis heute als eine Art Initialzündung. Das Internet wurde genutzt, um den Kampf für Selbstbestimmung und würdevolles Leben in der gesamten (vernetzten) Welt bekannt zu machen.

„Als einer der wirkmächtigsten Beiträge zu Gegenöffentlichkeit lässt sich die Politik der EZLN in Chiapas begreifen, die das volle Spektrum von Inszenierung, eigener Sprachwelt, internationaler Vernetzung, Appell an alternative Öffentlichkeiten, politisch/kultureller Grenzüberschreitung und neuen Medien nutzt.“ [...] Sie gehen von multiplen Gegenöffentlichkeiten aus, die sich in einem längerfristigen Prozess zu einer internationalisierten Gegenöffentlichkeit vernetzen sollen. Die Akteure begreifen sich dabei nicht als Repräsentanten, sondern als Katalysator, der durch öffentliche Interventionen und durch das eigene soziale Handeln Räume von Gegenöffentlichkeit eröffnet.“(Spehr 2001: 10)

Direkt in dieser Reihe, nur zirka 15 Jahre später, könnte man die Aufstände im Iran nach der Präsidentschaftswahl 2009 sehen. Die Welt richtete ihre Aufmerksamkeit auf Teheran sowie andere iranische Städte und sah dabei, dank der Vielzahl an schwer kontrollierbaren Kommunikationswegen im Internet, neben der offiziellen Geschichte der Herrschenden unzählige Variationen der Geschehnisse. In Österreich könnten als jüngstes Beispiel für die Möglichkeiten, die das Netz bietet, die Studierendenproteste im Spätherbst 2009 und die sich im Zuge dessen entfaltende Welle ähnlicher Proteste weltweit, angeführt werden.

Brechts Utopie schien Wahrheit geworden zu sein. Der hierarchiefreie Kommunikationsraum, in dem die Trennung zwischen Produzenten und Konsumenten aufgebrochen wurde, war realisiert. Subcomandante Marcos und seine Neo-Zapatistas hatten Brecht als erster ein Lächeln ins Gesicht gezaubert.

Doch bei näherer Betrachtung wird die Euphorie doch etwas gedämpft und das Bild der Utopie um einige wohl unerwünschte, dunkle Facetten erweitert. Denn so reibungslos, wie Brecht sich das vorgestellt hatte, läuft der freie Fluss von Information auch in Zeiten des Netzes nicht ab. Im Zuge der Recherchen zu dieser Arbeit haben sich zahlreiche Probleme aufgetan, welche die Vorstellung vom hierarchiefreien Kommunikationsraum in weite Ferne rücken lassen und sie beinahe wieder dorthin verfrachten, wo sie zu Beginn des 20. Jahrhunderts hergekommen war: ins Reich der Utopie. Im Laufe der Nachforschungen zu dieser Magisterarbeit haben sich folgende Hypothesen und Fragestellungen herausgebildet:

2. Fragestellungen

- Das Internet alleine zerrt keine bisher vernachlässigten Themen in den Fokus der Weltöffentlichkeit. Vielmehr sind es nach wie vor die „etablierten“ Massenmedien, die bestimmen, worüber wann und wie intensiv diskutiert wird. In deren Fahrwasser werden auch gegenöffentliche Initiativen und Standpunkte zu Tage befördert. Zumindest was den überwiegenden Großteil der Bevölkerung betrifft.
- Lassen die „Etablierten“ ein Thema fallen, so verliert ein Großteil der Menschen das Interesse daran. Die gegenöffentliche Darstellung verschwindet schnell wieder in der Bedeutungslosigkeit und nur wenige Menschen verfolgen ein Thema über einen längeren Zeitraum weiter, nachdem es aus der Berichterstattung der „Etablierten“ verschwunden ist.
- Die zeitweise gesteigerte Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit bewegt in Konflikte involvierte Regierungen oder Regimes nicht dazu, in irgendeiner Weise einzulenken. Der Einfluss neuer Kommunikationsstrategien revolutionärer, gegenöffentlicher Gruppen, bleibt, trotz Internet, äußerst marginal. Machthaber reagieren auf die Gefahren, welche das Netz für sie bringt, mit Zensur und mehr oder minder umfangreichen Websperren.
- Kann man somit also sagen, dass das Internet, abseits temporärer Strömungen, nur zur Vernetzung von ohnehin am jeweiligen Thema interessierten Menschen dient und nur bedingt und sehr begrenzt Gegenöffentlichkeit schafft?
- Interessant wäre in diesem Zusammenhang, ob gesteigerte Medienkompetenz der Gesellschaft an diesem Punkt etwas ändern könnte. Würde beispielsweise die Einführung eines Unterrichtsfaches „Medienkompetenz“ oder auch „Medienordnung“ oder ähnliches, mündige Konsumenten und Produzenten im weltweiten Informationsnetz schaffen? Da

sich aus dieser Fragestellung allerdings wohl eine eigenständige Arbeit entwickeln würde, können im Rahmen dieser Arbeit nur einige Aspekte angeschnitten werden. Eine nähere Auseinandersetzung würde den Rahmen sprengen.

- Ist es überhaupt möglich ein breiteres Bewusstsein für die Möglichkeiten, die das Internet bietet, zu schaffen oder ist das ehemals anarchische Netz nur eine weitere Ausformung des gnadenlos verkapitalisierten Massenmedien-Sektors und somit ebenso rein wirtschaftlichen Faktoren unterworfen, anhand derer bestimmt wird, welchen Bereichen Aufmerksamkeit angedacht wird, und welchen nicht?

3. Wissenschaftliche Herangehensweise

Im Zuge dieser Arbeit wird der Aufstand der Neo-Zapatistas und dessen Medialen Begleiterscheinungen bzw. Eigenheiten analysiert. Im Verlauf wird versucht, die durch eine hermeneutische Analyse des Phänomens gewonnenen Erkenntnisse, mit weiteren Ansätzen aus der Literatur zu verbinden und so ein größeres aber gleichzeitig auch klareres Bild zu zeichnen, über welche Potentiale eine gegenöffentliche Darstellung im Internet verfügt und wo sie gleichzeitig an ihre Grenzen stößt. Dazu wird auf Aufzeichnungen der Neo-Zapatistas, genauer gesagt von Subcomandante Marcos selbst, Interviews mit dieser „Galionsfigur wider Willen“, und die bereits in großem Ausmaß vorhandene Literatur zurückgegriffen. Aufgrund der Tatsache, dass sich der „Untersuchungsgegenstand“, also die Neo-Zapatistas, in Mexiko befinden und für wissenschaftliche Anfragen so gut wie nicht zu erreichen sind, und vor dem Hintergrund, dass es dennoch, wie zuvor erwähnt, in der Literatur Unmengen an Material zur Bewegung und ihrer besonderen Beziehung zum Internet gibt, handelt es sich bei der vorliegenden Arbeit um eine Theoriearbeit. Die im weiteren Verlauf angestellten Überlegungen und die Verbindungen zu soziokulturell-philosophischen Ansätzen bewegen sich ebenfalls in einem theoretischen Rahmen, können aber durchaus als Anstoß für weiterführende, empirische Auseinandersetzungen und Analysen dienen.

Den Ausgangspunkt der Arbeit bildet Bertold Brechts Radiotheorie. Seine, bereits in den 20er und 30er Jahren des 20. Jahrhunderts aufgestellten, Forderungen nach einem wirklichen Kommunikationsmedium erinnern frappant an die Struktur des Internets. Um darzulegen, wie lange der Wunsch nach hierarchiefreier Massenkommunikation bereits besteht, drängt sich die Radiotheorie geradezu auf.

Warum aber gerade das Beispiel der Neo-Zapatistas? Gab es seither nicht eine Reihe weiterer, beeindruckender Ereignisse und Aufstände, in deren Rahmen dem Internet ein großer Einfluss zugeschrieben wurde? Die Antwort lautet: Weil die mexikanischen Revolutionäre einerseits eine Ausnahmestellung in der Geschichte einnehmen. Es war das erste Mal, dass sich Gegenöffentlichkeit über das Internet zu einem, vordergründig aber nicht völlig, regionalen Thema globale Aufmerksamkeit verschafft hat und somit die betroffene Regierung unter Druck gesetzt wurde. Es gab

in diesem Sinne keine Medienstrategie gegen diese Aktionen, keinen Leitfaden, wie sich die Regierung zu verhalten hätte, um den Einfluss der Aufständischen möglichst gering zu halten. Die Unverfälschtheit der Wirkungen – ohne Gegenmaßnahmen – ist höchst interessant. Siegfried J. Schmidt beschrieb beispielsweise mit seinem Begriff der „Diskontinuierung von Informationsflüssen“ schon ziemlich genau, wie es den Aufständischen gelungen war, sich derartig viel Gehör zu verschaffen.

Andererseits scheinen Subcomandante Marcos und seine Mitstreiter mit ihrem Aufstand eben die Brechtsche Utopie verwirklicht zu haben. Der Kommunikationsfluss verlief nicht mehr nur von oben nach unten, sondern endlich auch in umgekehrter Richtung.

Im weiteren Verlauf verlagert sich die Aufmerksamkeit weg von diesem bestimmten Ereignis bzw. dieser bestimmten Bewegung hin zu einem allgemein gültigeren Ansatz. Die Strukturen des Internets und die kommunikationsspezifischen Verhaltensweisen der Menschen sollen im Zusammenspiel ein Bild davon zeichnen, wo die Grenzen und wo die Potentiale von Gegenöffentlichkeit im Internet liegen.

Dazu benötigt es natürlich einerseits einen Blick auf die harten Zahlen, Daten und Fakten. Besonders die ungleiche globale Verteilung von Zugang zum Netz steht dabei im Vordergrund. In diesem Zusammenhang soll auch ein Blick auf den Aspekt der Zensur geworfen werden. Dazu werden Zahlen und Erkenntnisse der „Open Net Initiative“, kurz ONI, herangezogen. Finanzielle Zwänge und Konzentrationstendenzen werden ebenfalls nicht außer Acht gelassen.

Sind die strukturellen Merkmale abgearbeitet, erfolgt eine Fokussierung auf gesellschaftstheoretische Überlegungen. Eine reine technikzentrierte Herangehensweise an den Status der Gegenöffentlichkeit im Internet würde naturgemäß nämlich viel zu kurz greifen und dem Phänomen nicht ansatzweise gerecht werden. Denn vorhandene Technik alleine verändert noch keineswegs die Art und Weise, wie Menschen kommunizieren bzw. genügt sie keinesfalls als Erklärungsgrundlage.

Einen großen Teil nimmt in diesem Abschnitt Pierre Bourdieu mit seinen

Überlegungen zum sozialen Kapital ein. Diese bilden einen hervorragenden Anknüpfungspunkt zu den zuvor bereits erwähnten strukturellen Ungleichheiten. Ausgehend von dieser Basis wird im weiteren Verlauf versucht, ein immer deutlicheres Bild von Potentialen und Grenzen von Gegenöffentlichkeit im Internet zu zeichnen.

Als hilfreich beweisen sich bei diesem Vorhaben in späterer Folge Niklas Luhmann mit seinem Vertrauensmechanismus sowie Friedrich Krotz und der zum großen Teil von ihm geprägte Begriff der „Mediatisierung“. Auf Grundlage dieser beiden Schlagwörter drängen sich weitere Ansätze wie beispielsweise die Mär vom Objektivismus, welche für gegenöffentliche Initiativen wohl eher nicht förderlich ist, oder auch die Forderung nach dem Recht auf Müßiggang in die Aufarbeitung. Im zweiten Punkt tritt Brecht erneut mit seiner Radiotheorie in Erscheinung und erhält dabei Unterstützung von Klaus Schönbach (der eine Lanze für die „Muße in der Mediennutzung“ bricht) sowie Bertrand Russel (der im 20. Jahrhundert die prekären Arbeitsbedingungen eines Großteils der Gesellschaft für eine immer stärker in die Freizeitgestaltung Einzug haltende Passivität verantwortlich machte).

Ein Schlagwort, welches im Laufe der Arbeit immer und immer wieder auftaucht, ist jenes der Medienkompetenz. Die Zusammenführung aller kurz skizzierten Ansätze zeichnet am Ende ein Bild, welches eine gesteigerte Selbstbestimmung der Menschen in Hinblick auf ihre Informations- und Kommunikationsgewohnheiten zur Steigerung der Potentiale von Gegenöffentlichkeit im Internet gut heißen würde. Ein weiterer Schritt hin zur Verwirklichung von Brechts Utopie einer hierarchiefreien Massenkommunikation.

4. Bertold Brechts Radiotheorie

Werfen wir zu Beginn einen Blick auf jene Schrift von Bertold Brecht, die als Grundlage, als utopischer Ausgangspunkt für diese Arbeit dienen soll. Die Rede ist von der Radiotheorie. Bei dieser Gedankensammlung handelt es sich um keinen homogenen, in einem einzigen Arbeits- und Denkvorgang entstandenen Ansatz. Die dieser Arbeit zu Grunde liegende Version ist folgerichtig aus mehreren Bruchstücken zusammengesetzt, die Brecht zwischen 1927 und 1932 entwickelte.

4.1 Einer spricht, alle anderen hören zu

Im Prinzip kritisierte Brecht mit seinen Überlegungen die Struktur des zur damaligen Zeit aufstrebenden Massenkommunikationsmediums Radio. Denn dieses verkörperte ganz klar die, den klassischen Massenmedien stets innewohnende, Struktur der *One-To-Many-Kommunikation*. Dabei produziert, vereinfacht ausgedrückt, ein einzelner Akteur die Nachricht und sendet sie an eine Unmenge von Rezipienten.

Roland Burkart bezog sich in seinen Überlegungen stark auf Gerhard Maletzke und definierte die Massenkommunikation in seinem Standardwerk *Kommunikationswissenschaft* folgendermaßen:

„Unter Massenkommunikation soll mithin jener Prozess verstanden werden, bei dem Aussagen öffentlich (d. h. ohne begrenzte oder personell definierte Empfängerschaft), indirekt (d. h. bei räumlicher oder zeitlicher oder raum-zeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (d. h. ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem) durch technische Verbreitungsmittel (sog. „Massenmedien“) an ein disperses Publikum [...] vermittelt werden.“ (Burkart 2002: 171)

Klaus Plake, Daniel Jensen und Birgit Schuhmacher stellten in ihrem Buch *Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet* zwei unterschiedliche Strukturmerkmale von Öffentlichkeit gegenüber. Im Zuge des Einstieges in dieser Arbeit möchte ich mich zunächst lediglich auf eines davon konzentrieren. Nämlich jenes von der *Struktur der Arena*. Das zweite, die *Struktur des Forums*, wird im weiteren Verlauf aber ebenfalls noch auftauchen.

Der Begriff der Arena weckt natürlich sofort entsprechende Assoziationen.

Zehntausende Menschen finden sich zur gleichen Zeit an einem bestimmten Ort ein, um (mehr oder minder) passiv an einer Veranstaltung teilzunehmen. Im Zentrum der Arena zieht eine Darbietung die Aufmerksamkeit der Anwesenden auf sich. Diese wiederum hatten im Vorfeld keine Chance, in den Entstehungsprozess eben jener Darbietung einzugreifen.

„Der Begriff der Arena soll für die veranstaltete, auch inhaltlich vorgegebene Öffentlichkeit reserviert werden. Die Arena führt Menschen zu örtlich und zeitlich fixierten kommunikativen Ereignissen zusammen. Es gibt eine klare Rollenteilung zwischen Akteuren und Publikum.“ (Plake et al. 2001: 30)

Im Hinblick auf die Medien klingt dies naturgemäß alles sehr vertraut. Die Öffentlichkeitsform der Arena, sie kann zwar nicht unbedingt mit Massenmedien gleichgesetzt werden, die Stoßrichtung ist aber zweifelsfrei eine ähnliche. Der Unterschied zu der von Burkart aufgestellten Definition von Massenkommunikation liegt darin, dass die Empfängerschaft im Falle der Arena personell begrenzt ist (auch wenn sich das auf einem zahlenmäßig sehr hohen Niveau abspielt), sich die Protagonisten direkt (das heißt ohne eine raum-zeitliche Trennung) an das Publikum wenden und zur Verbreitung der Botschaften keine technischen Verbreitungsmittel benötigt werden.

„Im erweiterten Sinne können auch Zeitungen, Hörfunk- und Fernsehsendungen, die sich mit erwartbaren Inhalten an ein Publikum wenden, das allerdings räumlich nicht anwesend ist, dem Typus der Arena zugeordnet werden.“ (Plake et al. 2001:34)

Die Gemeinsamkeiten der beiden Ansätze scheinen somit zwar auf den ersten Blick eher gering, liegen jedoch ganz klar in der Strukturierung der Öffentlichkeit.

4.2 Die undemokratischen Massenmedien

Angesichts der angestellten Überlegungen zur Struktur der Öffentlichkeit und zur Funktionsweise von Massenmedien kommt wohl auch ein kommunikationswissenschaftlicher Laie zu dem Entschluss, dass das Radio perfekt in die Kategorie der Massenkommunikation passt. Und genau dieser Umstand war es, der Bertold Brecht sauer aufstieß. Denn es ist wohl nicht von der Hand zu weisen, dass es sich beim Radio folgerichtig um ein eher undemokratisches Medium handelt. Einige Wenige produzieren, die große Masse rezipiert.

„[...] hat der Rundfunk eine Seite, wo er zwei haben müsste. Er ist ein reiner Distributionsapparat, er teilt lediglich zu.“ (Brecht 1927 – 1932: 7)

Selbstverständlich besteht die Möglichkeit, mit dem Erschaffer der vermittelten Information in Kontakt zu treten und im idealsten (aber wohl eher seltensten) Fall einen Diskurs mit eben jenem Menschen oder jener Menschengruppe zu starten. Plake, Jensen und Schuhmacher sehen diesen Umstand in ihrer Arena auch gegeben.

„Nur in Ausnahmefällen ist es dem Publikum möglich, in den Ablauf des Geschehens einzugreifen, das heißt durch starken Applaus oder durch Missfallenskundgebungen auf den Programmablauf Einfluss zu nehmen.“ (Plake et al. 2001:31)

Diese Möglichkeit bestand selbstverständlich auch in der Pionierzeit des Radios. Zwar war sie nicht derart unmittelbar, wie in obigem Zitat beschrieben, wurde der Unmut des Publikums zu groß, spürten ihn die Produzenten des Radioprogrammes wohl aber dennoch nach einer gewissen Zeit. Die Kontaktaufnahme wurde im Laufe der Jahrzehnte, in technischer und gesellschaftlicher Hinsicht, ebenfalls immer einfacher. Eine gewisse Veränderung im Feedback-Vorgang ist somit nicht von der Hand zu weisen, diese spielte sich jedoch vorwiegend auf der administrativen Ebene ab. Das Prinzip des Radios (und der Massenkommunikation im Großen und Ganzen) blieb dabei stets unverändert: Was die Rezipienten vor den Empfangsgeräten zu hören, und was die Zuschauer in der Arena zu sehen bekamen, das lag in der Zuständigkeit einer Minderheit. Eben *One-To-Many*.

Brecht forderte nun im Rahmen seiner Radiotheorie, dass eben jenes Ungleichgewicht zu beseitigen sei. Er bezog sich dabei, wie bereits eingangs erwähnt, auf die Überlegungen Sergej Tretjakows.

An dieser Stelle soll der zuvor erwähnte Begriff des Forums einfließen. Im Gegensatz zur Arena, zeichnet sich ein Forum durch eine ungleich einfachere Zugänglichkeit aus. In der Antike war das Forum jener Ort, an dem – im Gegensatz zur Arena – Diskussionen vonstattengingen. Unterschiedliche Standpunkte trafen aufeinander, im Idealfall entwickelte sich daraus eine Suche nach Konsens. Plake, Jensen und Schuhmacher führen zur besseren Verständlichkeit die Charakteristika eines Marktplatzes an.

„Öffentlichkeit wird zuweilen, entsprechend dem antiken Kommunikationsraum des Marktplatzes, auf dem eben nicht nur Waren, sondern auch Informationen und Meinungen ‚gehandelt‘ wurden, als Forum bezeichnet.“ (Plake et al. 2001: 29)

Die zur Arena doch sehr unterschiedlichen strukturellen Gegebenheiten bedingen naturgemäß auch eine markant differente Kommunikationskultur. Anstatt bloß passiv zu rezipieren, stellen (beinahe) alle Forums-Teilnehmer aktive Produzenten von Meinung dar.

„Wenn heute von Foren die Rede ist, dann sind damit kommunikative Strukturen gemeint, innerhalb derer sich – den antiken Vorbildern entsprechend – Interessierte gleichermaßen austauschen, und zwar als gleichberechtigte Bürger, das heißt, ohne eine zuvor fixierte Reihenfolge der Gesprächsbeiträge, ohne festgelegte Inhalte und damit verbundene Differenzierungen des Ranges und der Macht. Der Begriff des Forums impliziert somit Spontaneität und Sachlichkeit. Spontaneität bedeutet auch, dass Akteure ohne Rücksichtnahme auf außerhalb des Forums geltende gesellschaftliche Ordnungen zu Worte kommen, sich also nicht in eine hierarchisch bestimmte Warteschlange einordnen müssen.“ (Plake et al. 2001:29)

Zusammenfassend soll an dieser Stelle Sérgio Costa zitiert werden. Er summiert in seinem Beitrag *Der Kampf um Öffentlichkeit im Jahrbuch Lateinamerika, Analysen und Berichte 28 – Medien und ihre Mittel*, in wenigen Zeilen jene Umstände, die auf den vergangenen Seiten erläutert wurden, treffend und kompakt. Dieses Zitat soll deshalb als Abschluss dieses Abschnittes stehen und zeichnet schon in etwa jene Richtung vor, in die sich die Argumentationsstränge auf den kommenden Seiten bewegen werden. Zwar verwendet er den Begriff der „Arena“ nicht so, wie er für diese Arbeit adaptiert wurde, wenn man im nachfolgenden Zitat allerdings das Wörtchen „Arena“ durch „Forum“ (was an dieser Stelle zwar etwas verwirrend erscheint, am Ende allerdings sinnvoll ist) ersetzt, so ergibt sich auch in kontextueller Hinsicht ein stringentes Bild.

„In der theoretischen Diskussion um Öffentlichkeit können zwei große Strömungen unterschieden werden. Die erste umfasst Ansätze, die Öffentlichkeit als einen politischen Meinungsmarkt behandeln, in dem die Kontrolle der Kommunikationsressourcen (Zugang zu Medien, Geld für Werbekampagnen usw.) darüber entscheidet, welche Themen und Ansichten sich in der Öffentlichkeit durchsetzen. Dagegen betrachtet die zweite Strömung die Öffentlichkeit als eine Arena, in der nicht nur die Manipulation der politischen Präferenzen und des Konsumverhaltens, sondern diskursive Kommunikation stattfindet. (Costa 2004:15)

Im Sinne Brechts und umgelegt auf das Radio bedeutet dies folgendes: Radio sollte sich von einem, laut Brecht, reinen *Distributionsapparat* in einen richtigen *Kommunikationsapparat* verwandeln. Die Menschen sollten sich vernetzen. Das öffentliche Bild sollte nicht nur durch eine einzige Meinung gezeichnet werden, sondern ein facettenreiches sein. Der Gegenöffentlichkeit sollte eine Stimme gegeben werden.

Beim Begriff der Gegenöffentlichkeit handelt es sich um einen der zentralen Punkte dieser Arbeit. Aufgrund seiner Wichtigkeit bedarf es natürlich einer näheren Beleuchtung.

4.3 Öffentlichkeit vs. Gegenöffentlichkeit

Bisher war häufig die Rede von „Öffentlichkeit“. Ein Begriff, der sehr oft verwendet wird, ohne dass man eigentlich weiß, was genau damit gemeint ist. Ein schwammiger Begriff. Dem wissenschaftlichen Anspruch ist damit natürlich nicht genüge getan, eine genauere Definition ist von Nöten. Plake, Jensen und Schuhmacher zitieren in diesem Zusammenhang unter anderem Niklas Luhman.

„Für Luhmann ist Öffentlichkeit „die Institutionalisierung von Themen politischer Kommunikation“, also eine verbindliche Fokussierung von Interesse. Indem sich der Rezipient der Massenmedien auf Themen einlässt, kann der davon ausgehen, dass auch andere bereit sind, sich mit diesen Gegenständen zu befassen.“(Plake et al. 2001:43)

Dieser Einschätzung folgend kann angenommen werden: Je größer die Öffentlichkeit ist, die ein bestimmtes Thema erreicht, desto wichtiger ist dieses Thema für die Gesellschaft. Mehr Menschen setzen sich damit auseinander, mehr Menschen bilden sich eine Meinung dazu, mehr Menschen sind in ihrer unmittelbaren Lebenssituation von den Vorgängen betroffen.

Was hat es nun aber im Gegensatz dazu mit dem Begriff der Gegenöffentlichkeit auf sich? Was kann man darunter verstehen?

Gegenöffentlichkeit versteht sich selbst, sofern dies möglich ist, quasi als die Alternative zur dominierenden Meinung, zum gesellschaftlichen Status Quo. Sie ist dabei aber keineswegs in sich homogen. Denn genau so wenig, wie des, ob ihrer Heterogenität, „die Öffentlichkeit“ gibt, zeichnet sich auch die Gegenöffentlichkeit

durch ihre vielen Strömungen aus. Christoph Spehr widmet sich in Band fünf des *historisch kritischen Wörterbuchs des Marxismus* der Definition dieses Begriffs etwas genauer. Er beschreibt es folgendermaßen:

„Gegenöffentlichkeit bezeichnet in erster Linie eine soziale Praxis mit emanzipatorischen Zielen. Sie kann in der gezielten Einwirkung auf die gegebene Öffentlichkeit bestehen, um sie für andere Botschaften zu öffnen; in der Dekonstruktion herrschender Öffentlichkeit, d.h. in ihrer Störung, Demaskierung oder Delegitimierung; oder in der Konstruktion einer anderen, oppositionellen Öffentlichkeit. [...] Häufig wird unterschieden zwischen Gegenöffentlichkeit als >>eigener Öffentlichkeit<< und >>alternativer Öffentlichkeit<<, die der inneren Kommunikation z.B. einer sozialen Bewegung dienen, und >>alternativen Medien<<, die sich der etablierten Öffentlichkeit als Alternative anbieten und ihren Formen daher strukturell ähnlicher sind (LOVINK 1992).“ (Spehr 2001: 1-2)

In welchem Verhältnis Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit zueinander stehen, das wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch genauer erläutert. Zu Beginn soll lediglich die Begriffsklärung im Mittelpunkt stehen. Die verschiedenen Denkansätze werden dann im weiteren Verlauf zusammengeführt.

4.4 Vom Boten zum Vermittler – Die Brechtsche Utopie

Da es sich bei der folgenden Aussage um einen der zentralen Punkte der vorliegenden Arbeit handelt und davon bisher nur vereinzelte Bruchstücke aufgetaucht sind, soll sie in ihrem gesamten Umfang zitiert, und die Gedanken und Vorstellungen Brechts unverfälscht wiedergegeben werden.

„Und um nun positiv zu werden, das heißt, um das Positive am Rundfunk aufzustößern ein *Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln*. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“ (Brecht 1927 – 1932: 7)

Kombiniert man nun die beiden in diesem Abschnitt vorgestellten Ansätze, die Brechtsche Radiotheorie einerseits und die Öffentlichkeitsstruktur des Forums nach Plake, Jensen und Schuhmacher, so drängt sich automatisch eine bestimmte

technische Errungenschaft unserer Zeit in den Fokus der Aufmerksamkeit, die all die geforderten und beschriebenen Merkmale auf den ersten Blick in sich vereint. Die Rede ist natürlich vom Internet. Tag für Tag treten Menschen aus den verschiedensten Regionen des Planeten miteinander in Kontakt. Ungeachtet der räumlichen Distanz unterhalten sich Gleichgesinnte, debattieren Andersdenkende oder unterhalten sich gute Freunde, in zeitlicher Hinsicht gesehen, direkt. Der technologische Fortschritt, der sich besonders in den letzten Jahrzehnten in einem beeindruckenden Tempo vollzog, vereinfachte diese Kontaktaufnahme immer weiter. War es während den Pionierzeiten des Netzes teilweise noch eine ungeweine Prozedur, eine Datei auf den eigenen Rechner zu laden, benötigt man für derartige Vorhaben heutzutage nur noch wenige Sekunden. Mussten sich User zu Beginn des Internet-Zeitalters noch mit zeitlich versetzter Kommunikation in Newsgroups oder Foren zufrieden geben, so unterhalten sich Menschen heute in Echtzeit, von Angesicht zu Angesicht – virtuell gesehen, versteht sich. Ihren Ausgang nahm die Entwicklung mit der Verbreitung von Chatrooms. Brechts Utopie, seine Forderung nach einem demokratischen und in letzter Instanz völlig hierarchiefreien Massenkommunikationsmedium schien erfüllt worden zu sein.

Sofern Menschen über den Zugang zum globalen Netz und entsprechende, informationstechnische Kenntnisse verfügten, stand ihnen die Welt offen. Zwar würde es noch etwas dauern, bis so gut wie jeder Mensch vom neuen und freien Kommunikationsraum profitieren können würde, die Richtung stimmte allerdings. Mit dem Internet schien der erste wirkliche „Kommunikationsapparat“ nach Brechtscher Anschauung realisiert worden zu sein. Es herrschte eine ungeweine Euphorie. Pioniertage haben dies eben an sich.

„Die alte Trennung des klassische Massenmedien in „Sender“ und „Empfänger“ gilt nicht mehr ohne weiteres: das Internet ist kein „one-to-many“ Medium wie Radio oder Fernsehen, wo ein Ende eine Vielzahl von Empfängern mit seinen Programmen erreicht, sondern prinzipiell ein „many-to-many“-Medium, in dem Hunderttausende zugleich Sender und Empfänger von Informationen sind.“ (Hoffmann 2004: 109)

4.5 Konnte Brecht nun endlich jubeln?

Im Laufe der letzten Jahre gab es viele Fälle, in deren Zusammenhang man von der unglaublichen Kraft, die dem weltweiten Informationsnetz innewohnen soll, sprach.

Die Aufstände der Neo-Zapatistas in Chiapas/Mexiko, gelten dabei bis heute als eine Art Musterbeispiel. Das Internet wurde genutzt, um den Kampf für Selbstbestimmung und würdevolles Leben in der gesamten (vernetzten) Welt bekannt zu machen. Die Initialzündungen für die weiter oben ebenfalls angeführten, jüngeren Beispiele (Iran - 2009, Universitätsbestzungen in Österreich - 2009) kamen dabei von jungen und technikaffinen Menschen, die zu einem Großteil akademischem Umfeld entstammten. Der Fokus der Arbeit soll aber dennoch vielmehr auf die Anfänge, die angebliche Mutter aller Cyber-Aufstände gerichtet werden, um Anhand dieses Konflikts die Möglichkeiten, die dem Netz innewohnen, herauszuarbeiten.

Genährt wurde die Euphorie der Anfangstage also just von einer Gruppierung, die nicht wirklich zu den klassischen Benutzern dieser neuen Technologie zu zählen war. Eine Gruppe aufständischer Bauern im mexikanischen Bundesstaat Chiapas machte sich das Internet zunutze, um auf ihre triste Situation aufmerksam zu machen. Plötzlich konnte die ganze Welt sehen, unter welcher schlimmen Bedingungen sie ihr Leben fristen mussten. Die Aufmerksamkeit der globalen Gemeinschaft war auf Mexiko gelenkt worden, erstmals demonstrierte das neue Netz, wie sehr es die Stimme der normalerweise vom Diskurs Ausgeschlossenen und an den Rand der Gesellschaft Gedrängten, verstärken konnte. Die Neo-Zapatistas hatten ihre Stimmen erhoben und die ganze Welt hörte zu. An ihrer Spitze stand „Subcomandante Marcos“. Zumindest zeichneten die Massenmedien ein derartiges Bild. Denn dem öffentlichen Verständnis zufolge benötigte jede Bewegung eben einen Anführer.

5. Das Musterbeispiel – Botschaften aus dem lakandonischen Urwald

In diesem Teil der Arbeit soll der Aufstand der Neo-Zapatistas im mexikanischen Bundesstaat Chiapas ein wenig näher beleuchtet werden. Warum gilt dieser bis heute als Musterbeispiel dafür, welche Kraft der Internet innezuwohnen scheint?

5.1 Der Chiapas-Konflikt – Eine kurze Einführung

Die Geschichte nimmt ihren Anfang in den Jännertagen des Jahres 1994. Das im Rahmen dieser Arbeit gezeichnete Bild stützt sich stark auf die Ausführungen von Enrique Dussel Peters (2004), Marta Durán de Huerta (2001), Lutz Kerkeling (2006) und Bert Hoffmann (2004). Weitere Details zur Geschichte des Aufstandes können in den angegebenen Werken eingesehen werden.

Für die mexikanische Regierung war in den vergangenen Monaten und Jahren eigentlich alles nach Plan gelaufen. Sie erfreute sich eines positiven Images innerhalb der globalen Gemeinschaft. Das Land schien stabil und wurde als einer der aussichtsreichsten Kandidaten für den Aufstieg in eine höhere weltpolitische „Liga“ gehalten. Auf dem Weg zur Spitze stand ein triumphaler Tag für die Regierung von Präsident Ernesto Zedillo von der PRI (die *Partido Revolcuionario Institucional* – die Partei der Institutionellen Revolution) an. Grund für den vorprogrammierten Jubel war der Beitritt Mexikos zur Nordamerikanischen Freihandelszone, kurz NAFTA (North-American Free Trade Agreement). Die Mexikanische Regierung hoffte, durch die intensivierte wirtschaftliche Zusammenarbeit mit dem großen Nachbarn USA und dessen nördlichen Nachbarn Kanada, einen weiteren Schritt in der doch so positiv wirkenden Entwicklung des ihres Staates setzen zu können. Doch jemand machte Zedillo und seinen Parteikollegen einen Strich durch die Rechnung. Die Neo-Zapatistas.

5.1.1 Alles begann in San Cristobal

Schauplatz des Konflikts war der an Ressourcen ungemein reiche Bundesstaat Chiapas. Dieser liegt im Südosten des Landes und grenzt sowohl an den Pazifik (im Süden) als auch an den Nachbarstaat Guatemala (im Osten).

Trotz der eigentlich großen Vorkommen an Bodenschätzen ist Chiapas einer der ärmsten Bundesstaaten Mexikos. Gut eine Million der rund vier Millionen Einwohner sind indigener Abstammung. Und genau aus jener Bevölkerungsgruppe rekrutierte sich jene Organisation, die das Bild vom florierenden Mexiko ein für alle Mal zerstören sollte.

Die Rede ist von der EZLN – dem *Ejército Zapatista de Liberación Nacional* (zu Deutsch: Zapatistische Armee der Nationalen Befreiung). Namensgeber war der mexikanische Nationalheld Emiliano Zapata. Der Bauer mit indigenem Hintergrund kämpfte während der mexikanischen Revolution (ab 1910) für das Recht der Indios auf Land. Seine *Ejército Libertador del Sur* (zu Deutsch: Befreiungsarmee des Südens) wurde ein wichtiger Faktor während der eben erwähnten Revolution und verschaffte der Stimme der Bauern Gehör. Zapata und seine Mitstreiter wurden derart mächtig, dass die damalige Regierung auf ihre Forderungen einging. Die Bauern schienen gewonnen zu haben. Nach einiger Zeit revidierte die Regierung allerdings ihre Zusagen wieder. Sie hatte ihr Ziel erreicht – die Bauernarmee war durch die Zusagen befriedet worden. Zapata ging mit seinen Kämpfern wieder in den Untergrund und führte den Kampf weiter. 1919 wurde er schließlich von Regierungstruppen in einen Hinterhalt gelockt und erschossen.

Und eben auf jenen Emiliano Zapata berief sich nun die EZLN. Im weiteren Verlauf der Arbeit firmieren sie deshalb unter der zuvor bereits eingeführten Bezeichnung „Neo-Zapatistas“.

Gegründet wurde die EZLN in den 1980er Jahren, für die breite Weltöffentlichkeit trat sie allerdings erst rund 10 Jahre später in Erscheinung. Am 1. Jänner 1994. An diesem Tag trat Mexiko, wie erwähnt, der NAFTA bei. Im Zuge der Beitrittsverhandlungen musste sich der Staat aber den Forderungen der beiden zukünftigen Bündnispartner beugen und (besonders) seine Wirtschaft an deren Vorgaben anpassen.

„In Mexiko ist seit den neunziger Jahren im Zuge der Liberalisierungsstrategie nicht nur wenig Beschäftigung geschaffen worden, die weit hinter den demographischen und sozialen Erfordernissen zurückblieb, sondern auch deren Qualität hat abgenommen. Die neuen Arbeitsplätze konzentrieren sich in Sektoren, deren Löhne gar unter dem Rest der mexikanischen Wirtschaft liegen. Von einer „Konvergenz“ zwischen den Löhnen in den USA und Mexiko, mit der einst für NAFTA geworben wurde, kann keine Rede sein.“ (Dussel Peters 2004: 183)

Ein Sparpaket und zahlreiche Reformen waren die Folge. Diese trafen vorwiegend die ärmliche Bevölkerungsschicht. Die innenpolitische Stabilität verringerte sich im Laufe des Jahres mehr und mehr – die Blase platzte und der Staat verlor neben ausländischen Investoren auch viel Prestige. Das folgende Zitat mag etwas lang sein, es soll aber lediglich einen kleinen Einblick in die wirtschaftliche Entwicklung Mexikos in der Zeit von der Aufständen geben und somit helfen, ein deutlicheres Bild von den damals herrschenden Verhältnissen zu zeichnen.

„Zwei weitere Faktoren sind zudem von Bedeutung: die Verschlechterung der Einkommensverteilung sowie die territoriale Polarisierung von Mexiko seit Beginn der Liberalisierungsstrategie. Zwischen 1984 und 2002 hatte sich die Verteilungsstruktur des Geldeinkommens dramatisch verschlechtert. [...] Während das PKE [„Pro-Kopf-Einkommen“; Anm. d. Verf.] der Hauptstadt [...] im Vergleich zum nationalen PKE zwischen 1970 und 1980 konstant geblieben ist, geht diese Schere in den vergangenen beiden Jahrzehnten ständig weiter auf. Das Verhältnis ist von Werten von über 50 Prozent in den siebziger und achtziger Jahren auf weniger als 40 Prozent in den neunziger Jahren gefallen. Das Verhältnis ist auch für die ärmsten Bundesländer seit 1980 ständig gefallen: in Chiapas, Oaxaca und Guerrero beträgt das PKE weniger als 17 Prozent des Niveaus von Mexiko-Stadt, mit fallender Tendenz seit den achtziger Jahren. Dieses „Nord-Süd Gefälle“ hat sich somit seit der Beginn der Liberalisierungsstrategie verschärft, da die nördlichen Bundesstaaten – unabhängig von den damit verbundenen Schwierigkeiten – an den exportorientierten Prozessen stärker beteiligt waren, während die Bundesstaaten südlich von Mexiko-Stadt von diesen Prozessen ausgeschlossen blieben.“ (Dussel Peters 2004: 183-184)

Am 1. Jänner 1994 erklärten die Neo-Zapatistas der mexikanischen Regierung den Krieg. Rund 400, eher spärlich, bewaffnete Kämpfer der EZLN besetzten an diesem Tag erst die Stadt San Cristobal und im weiteren Verlauf noch vier weitere Bezirkshauptstädte in Chiapas. An diesen Orten sollten von nun an ihre Gesetze gelten. Gesetze, die von echter Demokratie und Ehrlichkeit geprägt waren. Die mexikanische Regierung konnte sich das natürlich in keinster Weise bieten lassen und reagierte prompt. Die Armee rückte in einer Stärke von rund 10.000 Mann an, um die besetzten Gebiete zurück zu erobern. Der Krieg zwischen den Guerilleros und der Regierung dauerte zwölf Tage. Etwas mehr als hundert Menschen fanden während den Kämpfen den Tod.

Für die zahlenmäßig haushoch überlegenen Truppen der Regierung wäre es ein Kinderspiel gewesen, den Aufstand niederzuschlagen und mit den Neo-Zapatistas

kurzen Prozess zu machen. Doch für alle überraschend verkündete Präsident Zedillo einen Waffenstillstand und bot Verhandlungen an. Was hatte den Staatsmann und seine Gefolgschaft derart verunsichert, dass dieser eher ungewöhnliche Schritt gesetzt wurde?

Laut politischer Beobachter war es die ungemein große Aufmerksamkeit, die die internationale Gemeinschaft just diesem Konflikt angedeihen ließ. Die Regierung war von dieser Form der Öffentlichkeit scheinbar völlig überrascht (wie im Übrigen auch die Neo-Zapatistas selbst, wie im weiteren Verlauf der Arbeit noch gezeigt wird). Angesichts des zu pflegenden Images in der globalen Gemeinschaft wollte Mexiko, so die heute vorherrschende Meinung, kein Risiko eingehen und zeigte sich folglich kooperativ.

Ein Grund für diese Kooperationsbereitschaft war die, in den Augen der mexikanischen Regierung, außerordentlichen Wirkmächtigkeit des Internets beim Sichtbarmachen von Gegenöffentlichkeiten. Von überall auf der Welt erreichten Zedillo und Co. nicht nur empörte Protestschreiben. Die Regierung sah sich auch Angriffen von Hackergruppen und elektronischen Protesten ausgesetzt. Sie war vom Ausmaß dieser Aktionen derart überrascht und in gewisser Weise auch beeindruckt, dass der damalige Außenminister, José Ángel Gurria, von einem „Krieg der Tinte und ein Krieg im Internet“¹sprach.

5.1.2 Subcomandante Marcos - Galionsfigur wider Willen

Nach einer etwas eingehenderen Untersuchung der Strategie, welche die Aufständischen zu dieser Zeit verfolgten, wird recht schnell klar, dass sie die Medien auf sehr geschickte Art und Weise in ihre Bemühungen mit einbezogen. Dieser Umstand wird besonders einem Mann, einer Figur zugeschrieben. Die Rede ist von Subcomandante Marcos.

Bis heute ist wenig bekannt über die Galionsfigur der EZLN, die eigentlich gar keine Galionsfigur sein will. Fest steht jedoch, dass der „Sub“ verantwortlich für die unzähligen Kommuniqués war, die den Weg aus den Lagern der Rebellen im

¹Vgl. Hernández Navarro 2009: „En abril 1995, José Ángel Gurria, entonces secretario de Relaciones Exteriores, declare que el zapatismo era una guerra de tinta e Internet.“

lakandonischen Urwald in den Fokus der globalen Gemeinschaft fanden. Er verstand (und versteht) es, die Anliegen der EZLN und der Einwohner von Chiapas auf eine Art und Weise zu formulieren, die die Öffentlichkeit einem „ungebildeten Aufständischen“ so gar nicht zutrauen möchte. Längst ist der Sub zu einer globalen Ikone geworden, zahlreiche Bücher über ihn wurden verfasst, er selbst bleibt aber weiterhin ein Phantom.

Natürlich gibt es die verschiedensten Theorien, wer sich hinter der Sturmhaube, der pasamontaña, verbirgt, die dem Sub und seinen Mitstreitern ein gewisses Maß an Anonymität sichert. Derartige Überlegungen sind für diese Arbeit allerdings vollkommen irrelevant und werden somit auch nicht weiter behandelt.

Was jedenfalls sicher scheint, ist, dass Marcos aus dem urbanen Raum zu den Bauern in Chiapas gestoßen war und akademische Bildung genießen durfte. Die Funktionsweise der Medien war ihm also bekannt. Er wusste, wie Aufmerksamkeit erregt und die eigene Stimme somit verstärkt wird. Im Gespräch mit der mexikanischen Journalistin Marta Durán de Huerta gab der Subcomandante nämlich Folgendes zu Protokoll:

„Wir kannten die Medien, ihre Logik und Arbeitsweise, denn wir hatten sie untersucht, als wir jünger waren, als wir in die Preparatoria [dabei handelt es sich um eine Schule zur Vorbereitung auf die Universität; sie dauert zwei Jahre; Anm. d. Verf.] und zur Universität gingen. Was war ihre Logik? Wie äußerten sie sich? Welchen Interessen entsprachen sie? Wir wurden sie kontrolliert? Welche Politik wurde in Radio, Presse, Fernsehen, nationalen und internationalen Nachrichtenagenturen betrieben?“ (De Huerta 2001: 85)

Der Zugang zu diesem System war für die Neo-Zapatistas naturgemäß verbaut. Es bestand absolut keine Chance, Botschaften an das mexikanische Volk zu richten, den Millionen Mitbürgerinnen und Mitbürgern einen Einblick in das triste Leben zu gewähren, dass die Indios in Chiapas (und natürlich auch anderswo) fristeten. Das Internet schien somit gerade recht zu kommen. Hierarchiefreie Kommunikation für hierarchiefreies Gedankengut. Der Aufstand der Neo-Zapatistas als absolutes Musterbeispiel dafür, wozu das Internet fähig ist? Es scheint beinahe so. Bert Hoffmann attestiert den Bestrebungen der Neo-Zapatistas große Wirksamkeit und räumt dem Internet in der scheinbaren Strategie einen wichtigen Platz ein.

„Vermittelt über E-Mail und Internet gelang den bewaffneten Aufständischen eine beispiellose Kommunikation zu einem globalen Publikum, die entscheidend dafür war, dass die „normale“ Reaktion des mexikanischen Staates der PRI-Ära nicht greifen konnte: die Rebellen militärisch niederzuschlagen, während die politische Kontrolle bzw. Einflussnahme der PRI auf die Massenmedien garantiert hätte, dass eine eigenständige Artikulation der Rebellen kaum das nationale Publikum erreicht hätte und dass der Umfang der Rebellion heruntergespielt und ihre Beweggründe negiert oder verzerrt worden wären.“ (Hoffmann 2004: 110)

Scheinbar genügte eine ausgeklügelte Medienstrategie, die sich besonders auf das neue und hierarchiefreie Netz stützte, um die Mächtigen der Welt in die Knie zu zwingen. Der Subcomandante schien zumindest zu sehen, dass sich am Mediensektor etwas verändert hatte. Scheinbar war es nun leichter, sich Gehör zu verschaffen.

„Wenn du vor dem 1. Januar 1994 ein Kommuniqué abgeben wolltest, mußttest du jemanden entführen und die Zeitung dazu zwingen, daß sie es veröffentlichte, oder die Familie des Entführten mußte die Zeitung bezahlen, damit es veröffentlicht wurde [...]. Oder du mußttest dich auf die Untergrundflugblätter beschränken, deren Verbreitung sehr gering war. Deshalb waren wir am Anfang unschlüssig, als wir sagten: „Na gut, verschicken wir ein Kommuniqué, aber wer zum Teufel wird das veröffentlichen wollen, wir sind ja schließlich eine Guerillabewegung, die gegen die Regierung ist.“ Aber dann war es so, daß die Wirklichkeit, mit der wir uns auf der Medienebene auseinandersetzen mußten, eine andere war. Wir haben weder von der nationalen noch von der internationalen Presse, Radio und Fernsehen eine solche Offenheit für unsere Mitteilungen erwartet. All das kam sehr überraschend für uns. Daraufhin haben wir uns über die Medien an die Leute gewandt: an andere Bauern, andere Indianer, andere Lehrer, andere Studenten. Und den Medien begann klar zu werden, daß sie als Überbringer fungieren können und daß ihnen das Vorteile einbringen wird: mehr Leser, mehr Fernsehzuschauer, mehr Radiohörer.“ (De Huerta 2001: 85-86)

Bertold Brecht konnte jubeln – und wie!

5.2 Mit etwas Abstand betrachtet

Doch so verlockend diese Schlussfolgerung auch klingen mag, so einfach ist es natürlich nicht. Und bei näherer Betrachtung bleibt vom Mythos der Cyber-Guerilla auch recht wenig bis gar nichts über. Denn obwohl Marcos und Co. immer besser

darin wurden, im Konzert der Nachrichten eine auffällige Rolle zu spielen: Geplant war die Art und Weise, wie sich der Konflikt entwickelte nicht. Der Sub gestand dies selbst auch ein.

„Wir können nicht sagen, daß die EZLN die Medien bewußt benutzt hätte. Es gab weder Gespräche noch ein Spezialistenteam, das gesagt hätte: schaffen wir die Figur Marcos, formen wir ihn so und so, er soll diese Pose annehmen, er soll das mit der Fahne machen, er soll diese Rede halten, nun soll man ihn sehen, er soll ein Bein zeigen, was auch immer... Nein, es ist einfach so, daß etwas im Land am Gären war, was dafür gesorgt hat, daß all das Erfolg hatte und Marcos gehört worden ist. Es war ein glückliches Medienereignis. Ich glaube nicht, daß dies von der EZLN produziert worden ist. Die Welle, die übermittelt, ist da, und was die EZLN macht, ist, das Radio anzustellen.“ (De Huerta 2001: 86)

Besonders im zweiten Abschnitt dieses Zitates tätigte Marcos eine Aussage, die für den weiteren Verlauf der Arbeit elementar sein wird. Er behauptet nämlich nicht, dass die EZLN völlig unvermittelt eine Revolution heraufbeschworen hat und alle Menschen darauf angesprungen sind. Nein, er gibt viel mehr zu, dass die Grundlage für den Erfolg ihrer Initiative schlicht und einfach war, dass sie zur richtigen Zeit am richtigen Ort waren. Die Aufständischen hatten lediglich auf etwas hingewiesen, etwas kritisiert, das den Mexikanern schon lange Zeit unter den Nägeln brannte. Und da die Forderungen nach Gleichberechtigung, Würde und Freiheit bei so gut wie jedem Menschen in irgendeiner Form auf Verständnis treffen, hatte man Gleichgesinnte überall auf der Welt eben auch schnell auf seiner Seite.

Auch Hoffmann kommt zu dieser Einschätzung und fasst die gebrauchte „Medienstrategie“ in einigen, wenigen Sätzen zusammen.

„Dennoch führt es auf die falsche Fährte, wenn die Zapatisten als „the world’s first internetguerrilla“ bezeichnet werden. Die Zapatisten nutzten die neuen Technologien, aber diese stellten keineswegs den Kern ihres Projektes dar, noch erklärten sie ihren (relativen) Erfolg. Kaum jemand hätte sich für die Botschaften eines ‘Sub-Comandante Marcos’ im Internet interessiert, wären sie nicht Teil eines spektakulären Aufstands der Rebellen in Chiapas gewesen. Der Einmarsch der Rebellen in San Cristóbal de las Casas hätte kaum solch großes internationales Interesse gefunden, wenn nicht zum einen mit dem NAFTA-Beitritt Mexikos am selben Tag und zum anderen mit dem zunehmenden Legitimationsverlust des PRI-Systems ein außerordentliches „window of opportunity“ gegeben gewesen wäre.“ (Hoffmann 2004: 110)

6. Symbolische Politik

Die EZLN entschloss sich also, die sich bietende Gelegenheit, dieses „Window of opportunity“ zu nützen. Da sie um die Mechanismen der Massenmedien wusste, setzte sie folgerichtig auf die Wirkmächtigkeit von Medienereignissen und bediente sich der „Symbolischen Politik“. Thomas Meyer definiert diese folgendermaßen: „Symbolische Politik ist symbolisches Handeln zu politischen Zwecken. Aber nicht das Handeln mit Symbolen, sondern als Symbol. [...] Viele und wichtige Symbole beschwören nicht nur Vorstellungen, sondern Gefühle, Wertungen, Stellungnahmen. Sie wirken als Sinnbilder, die zur Identifikation, Projektion oder Distanz bewegen.“ (Meyer 1992: 62)

Mit einem Gedankengang des Kommunikationswissenschaftlers Siegfried J. Schmidt kann dieser Ansatz noch erweitert werden. Neben der Etablierung dieser Symbole im spezifischen Diskurs zur Hervorrufung bestimmter Gefühle, ist es auch wichtig, durch derartige Akte der symbolischen Politik den gewohnten Informationsfluss der Mehrheit zu durchbrechen und ihre Aufmerksamkeit auf einen gewissen Sachverhalt zu lenken. Schmidt spricht in diesem Zusammenhang davon, den (Informations)Fluss zu „diskontinuieren“, ihn zu unterbrechen und so für Überraschungsmomente zu sorgen. „Alles kommt darauf an, wie man diesen Fluss, diese unaufhörlichen Übergänge, diese nach M. McLuhan all-inclusive nowness unterbrechen, sie durch geeignete Prozesse diskontinuieren kann, damit Strukturen entstehen, die uns durch Bereitstellen von Diskontinuität die Beobachtung von zeitlicher Dynamik allererst erlauben.“ (Schmidt 2003: 85)

Die von den Aufständischen (zwar nicht von Beginn an geplante, aber im weiteren Verlauf des Konflikts immer mehr und mehr) verfolgte Kommunikationsstrategie war nun so etwas wie eine Mischung aus den Konzepten der „symbolischen Politik“ und der „Diskontinuation“. Was folgte war eine ausgeklügelte Mobilisierungskampagne seitens der EZLN. Dabei versuchte sie allerdings nicht, sich direkt über die konventionellen Massenmedien Gehör zu verschaffen, sondern wandte sich zu allererst direkt an die betroffenen Menschen, also an die mexikanische Öffentlichkeit. Und das geschah Großteils von Angesicht zu Angesicht. Dieses Vorgehen stellte sicher, dass man den Kontakt zum Adressatenkreis in keinsten Weise verlieren

würde und sicherte der Organisation somit ein hohes Maß an Legitimität innerhalb der Zivilgesellschaft.

„Die EZLN orientierte sich ihrem politischen Anspruch nach stets eher an der von ihr so bezeichneten >Zivilgesellschaft< und diskutiert mit dieser die relevanten Inhalte [...], anstatt auf die von der Regierung vorgegebenen Themen einzugehen. Sie versucht bis heute, auf diesem Weg ihre mexikoweite politische Bedeutung zu wahren bzw. auszubauen und dabei in Rücksprache mit ihrem Adressatenkreis auch zu modifizieren.“ (Kerkeling 2006: 204)

6.1 Die verschiedensten Gesichter der Mobilisierung

Lutz Kerkeling führt in seinem Standardwerk zu den Aufständen der Neo-Zapatistas *¡La Lucha Sigue! - ¡Der Kampf geht weiter!; EZLN – Ursachen und Entwicklungen des zapatistischen Aufstandes* einige Punkte der gewählten Strategie auf. Diese sollen auf den kommenden Seiten kurz abgehandelt und so ein Überblick über die (medialen) Anstrengungen der Guerilleros, die zum Ziel hatten, weiterhin „interessant“ zu bleiben, gegeben werden.

6.1.1 Die erste Consulta

Im August 1994 organisierte die EZLN die erste große *Consulta* (zu Deutsch: Befragung). Insgesamt wurden 1.300.000 Menschen zur weiteren Vorgehensweise befragt. In der internationalen Öffentlichkeit fand vor allem die Tatsache Beachtung, dass sich die Neo-Zapatistas als aufständische Bewegung direkt an das Volk wendeten, es befragte und das Ergebnis auch umsetzte. Ein derartiger Vorgang war in der Geschichte revolutionärer Bewegung bisher nicht beobachtet worden. Der Akzeptanz unter der Bevölkerung und der internationalen Gemeinschaft gegenüber der EZLN war dieses Vorgehen äußerst zuträglich.

6.1.2 Das erste intergalaktische Treffen

Ende Juli 1996 lud die EZLN zum ersten „Intergalaktischen Treffen gegen den Neoliberalismus und für die Menschheit“. Da sich die Neo-Zapatistas stets als Teil

einer globalen Gemeinschaft begriffen hatten, erging die Einladung über ihre mittlerweile quasi etablierten Kommunikationskanäle an Unterstützter und Gleichgesinnte überall auf dem Erdball. „Die EZLN sah sich von Beginn an im Kontext eines weltweiten Widerstandes gegen die ökonomische Globalisierung.“ (Bewernitz 2002:89 – zitiert nach Kerkeling 2006: 207)

Die Bezeichnung „intergalaktisch“ sollte die prinzipielle Offenheit gegenüber allen gleichgesinnten „Wesen“ im Universum dabei noch deutlicher unterstreichen. Insgesamt strömten zwischen 3.000 und 5.000 Menschen aus über 40 Ländern von allen Kontinenten zu der Versammlung. Das Treffen wurde vorrangig dazu benutzt, um die vielen unterschiedlichen Strömungen der internationalen Bewegung untereinander zu vernetzen, die Kommunikation zu verbessern und somit weitere Unterstützter zu mobilisieren. Laut Kerkeling gelang dies auch. „Darüber hinaus sind in vielen Ländern Lateinamerikas, Nordamerikas und Europas Solidaritätsgruppen gegründet worden, die auf der einen Seite die EZLN direkt unterstützen und Öffentlichkeitsarbeit leisten, sich dem Anspruch nach aber vor allem in emanzipatorischen Kämpfen in ihren Staaten unter ihren spezifischen Bedingungen engagieren.“ (Kerkeling 2006: 209)

6.1.3 Das zweite intergalaktische Treffen

Der Schauplatz dieser Zusammenkunft wurde von Mexiko nach Spanien verlegt. Zwischen 2.500 und 3.500 Menschen nahmen daran teil. „Damit wurde der im Jahr zuvor von der EZLN angestoßene Vernetzungsprozess fortgesetzt.“ (Kerkeling 2006: 209)

Während die intergalaktischen Treffen also vornehmlich dazu dienten, mit internationalen Sympathisanten zusammen zu treffen und gemeinsam Ansichten und Ideen zu diskutieren, sorgten die folgenden Großereignisse dafür, dass die Neo-Zapatistas und ihr Kampf für Gerechtigkeit auch innerhalb der eigenen Staatsgrenzen nicht in Vergessenheit geriet.

6.1.4 Der Marsch nach Mexiko-Stadt

1.111 maskierte Neo-Zapatistas marschierten im September 1997 über mehrere Stationen in die Hauptstadt um ihren Forderungen bezüglich Entmilitarisierung und der Umsetzung von zuvor ausgehandelten Abkommen Gehör zu verleihen. Außerdem wurde die *Frente Zapatista de Liberación Nacional (FCNL* - zu Deutsch: Zapatistische Front zur Nationalen Befreiung) gegründet sowie der 1996 ins Leben gerufene *Congreso Nacional Indígena (CNI* – zu Deutsch: Nationaler Indígena Kongress) gefestigt. „Es waren ereignisreiche Tage in Mexiko-Stadt. Und wenn es vor Wochen noch so schien, als ob die im militarisierten Chiapas eingekesselten Zapatisten gegen das Vergessen ankämpfen müssten, so haben sie sich eindrucksvoll wieder in Erinnerung gebracht.“ (Poonal 1997b – zitiert nach Kerkeling 2006: 210).

6.1.5 Consulta Nacional (1999)

Drei Millionen Mexikanerinnen und Mexikaner beteiligten sich an der im März 1999 durchgeführten Befragung. Insgesamt schwärmten dabei 5.000 Neo-Zapatistas, aufgeteilt in 2.500 Paare aus jeweils einem Mann und einer Frau, in sämtliche 32 Bundesstaaten Mexikos aus. Erneut stand die Sensibilisierung der weltweiten Öffentlichkeit bezüglich der, bereits im Marsch nach Mexiko-Stadt artikulierten, Forderungen nach Entmilitarisierung und der Umsetzung ausgehandelter Abkommen im Mittelpunkt. Über 95 Prozent der Teilnehmer stimmten den Forderungen zu.

6.1.6 Der Zapatistische Marsch für die indigene Würde

Die EZLN nahm die Einführung des neuen Präsidenten Vicente Fox im Dezember 2000 zum Anlass, einen „Marsch für die indigene Würde“ anzukündigen. Dieser führte erneut von Chiapas aus in die Hauptstadt. Der im Vorfeld erfolgte Aufruf zur internationalen Solidarität hatte sich dabei bezahlt gemacht.

„Die Aufrufe der EZLN fanden eine enorme Resonanz, und so bildete sich eine Bus- und PKW-Karawane von ca. 2.000 Personen, welche die EZLN-

Comandancia etwa zwei Wochen während der 3.000 Kilometer langen Reise nach Mexiko-Stadt begleiteten und pro Tag an drei bis fünf Kundgebungen der Zapatistas teilnahmen, die in den jeweiligen Städten von 3.000 bis 40.000 meist begeisterten Menschen besucht wurden und die große Sympathie für den Zapatismus in relevanten Teilen der Bevölkerung belegten.“ (Kerkeling 2006: 213-214)

Die Neo-Zapatistas, und dabei vornehmlich Marcos, verstanden es also vortrefflich, sich für die Massenmedien interessant zu machen – und dies auch zu bleiben. Denn all diese auf den letzten Seiten angeführten Aktionen waren stets von einem großen Medienecho begleitet. Dass dies nicht zwangsläufig positiv ausfiel, liegt freilich in der Natur der Sache, unterbindet allerdings die mediale Verbreitung der gesetzten Aktionen nicht.

„Es bleibt festzuhalten, dass der Chiapas-Konflikt durch den >Marsch für die indigene Würde< zum dritten Mal seit dem zapatistischen Aufstand von Januar 1994 und dem paramilitärischen Massaker von Dezember 1997 Gegenstand der Weltöffentlichkeit wurde und selbst in bürgerlich-konservativen Medien eine umfassende Rezeption erfuhr.“ (Kerkeling 2006: 216)

6.2 Alter Wein in neuen Schläuchen

Selbstverständlich hat das Internet einen großen Teil dazu beigetragen, dass der Kampf der Neo-Zapatistas in die Welt getragen werden konnte. Da es sich dabei um die ersten Vorkommnisse in derartigem Ausmaß handelte, war die mexikanische Regierung natürlich perplex und wusste nicht, wie sie darauf reagieren sollte. Über das Internet wurde in Wirklichkeit allerdings nichts Neues – in inhaltlicher Hinsicht – verbreitet. Lediglich die Art und Weise, wie kommuniziert wurde, hatte sich geändert.

Und es waren auch nicht die Neo-Zapatistas selbst, welche die Informationen in einem derartigen Ausmaß verbreitet hatten. Sie waren viel mehr angewiesen auf ein bereits bestehendes, weltweites Netzwerk, welches sich durch die neuen technischen Möglichkeiten nun schlicht und einfach effektiver und vor allem schneller vernetzen konnte. Marcos selbst lud seine Kommuniqués dabei keineswegs direkt aus dem lakandonischen Urwald, in dem sich seine Guerilla versteckt hielt, in die Weiten des Netzes hoch. Vielmehr tippte er sie auf seinem Laptop ab, speicherte sie

auf Disketten und übergab sie einem Boten. Dieser transportierte die Datenträger dann zu Fuß oder auf Eseln in eine nahegelegene Stadt, in der ein EZLN-Sympathisant mit Zugriff aufs Internet lebte. Der Unterstützer versandte die Botschaften an die beabsichtigten Empfänger. Dieser Vorgang wurde in der Literatur schon zig Male beschrieben.

Den Erfolg der Neo-Zapatistas ausschließlich auf die Struktur des Netzes zurück zu führen, wäre, nach allem was bisher über ihre Vorgehensweise bekannt ist, und was auf den vorangegangenen Seiten dargelegt wurde, eine unzulängliche Verkürzung der Geschehnisse. Diese Limitierung würde einen weiteren Baustein in einer Mythologisierung des Internets darstellen. Vielmehr war es so, dass die Nutzung des Netzes lediglich einen Teil in den Bemühungen der Aufständischen darstellte, der allerdings ohne begleitende und zuvor durchgeführte Maßnahmen keinesfalls auf diese eindrucksvolle Art und Weise funktioniert hätte.

„Die Internet-Nutzung war bei den Zapatistas so nur ein Baustein in einer in vielen Aspekten hochgradig innovativen Kommunikationsstrategie. Viele andere Gruppen, die den Erfolg der vermeintlichen „Internet-Guerilla“ kopieren wollten, mussten schnell feststellen, dass eine Website mit programmatischen Erklärungen und ein sprudelnder E-Mail-Verteiler allein ihnen keineswegs mehr Sympathien, größeren Einfluss auf die nationale Öffentlichkeit oder mehr Macht bei politischen Auseinandersetzungen beschert haben.“ (Hoffmann 2004: 110)

Aber warum ist dies so? Warum finden viele Initiativen und Standpunkte, die es durchaus wert wären, nicht mehr und über einen längeren Zeitraum Gehör in der Öffentlichkeit? Die Grundvoraussetzungen für die breite Sichtbarmachung von Gegenöffentlichkeiten wurden mit der Etablierung des Internets ja scheinbar erfüllt? Der von Bertold Brecht geforderte Kommunikationsapparat schien endlich geschaffen worden zu sein. Seine Utopie schien sich erfüllt zu haben. Der Empfänger konnte nun auch endlich zum Sender werden, die hierarchischen Strukturen, welche die massenmedial vermittelte Kommunikation über Jahrzehnte hinweg charakterisiert hatten, waren scheinbar abgeschafft, oder zumindest flacher gemacht worden zu sein. Mit dem Aufstand der Neo-Zapatistas gab es das perfekte Beispiel dafür, wie es funktionieren kann, seine Anliegen einem weltweiten Publikum unterbreiten zu können. Wie machtvoll dieses Instrument sein kann, zeigten die vielen Initiativen und Bewegungen, die diesem Beispiel folgen sollten, immer wieder

aufs Neue. Woran liegt es aber dann, dass Brecht nicht jubeln kann, ihn der Subcomandante aber dennoch zum lächeln bringt?

Nachdem im ersten Abschnitt der Arbeit der Fokus auf die Möglichkeiten, auf die Potenziale gerichtet wurde, die die netzbasierte Kommunikation bietet, zeichnet der nun folgende Teil ein dunkleres Bild. In zwei großen Blöcken soll gezeigt werden, woran es liegen könnte, dass die Brechtsche Utopie nicht vollends in die Realität übertragen werden konnte. Während sich die Arbeit im ersten Teil mehr auf die strukturellen Charakteristika des Medienmarktes konzentriert, stehen im weiteren Verlauf gesellschaftstheoretisch-philosophische Überlegungen im Mittelpunkt. Mit den Erkenntnissen aus diesen beiden Bereichen sollen abschließend die zu Beginn der Arbeit aufgeworfenen Probleme so gut wie möglich gelöst werden. Bezüglich all jener Aspekte, welche sich durch die Überlegungen neu auftun oder schlicht und einfach nicht wirklich beantwortet werden können, bietet sich weitere Forschung an, welche den Rahmen der vorliegenden Arbeit aber sprengen würde.

7. Strukturelle Merkmale des Medienmarktes und die Rolle des Internets

Auf der einen Seite sollen also die Charakteristika des Medienmarktes ein wenig genauer unter die Lupe genommen werden. Der Versuch, die Merkmale des Marktes und deren Einfluss auf die Potentiale des Internet herauszuarbeiten, steht dabei im Mittelpunkt. Dazu lohnt es sich, zuerst einen Blick auf die Prä-Netz-Ära zu werfen und die damals etablierten (Massen)Medien ein wenig genauer unter die Lupe zu nehmen.

Bevor dies allerdings geschieht, sollen die folgenden Zeilen einer notwendigen Begriffsklärung dienen. Denn Internet ist nicht gleich World Wide Web. Zwar macht dieser Umstand im Rahmen dieser Arbeit keinen großen Unterschied, der Vollständigkeit halber soll er dennoch kurz erläutert werden. Denn: Das Internet ist sozusagen die technologische Grundlage. Im Prinzip „ist ein weltweites Netzwerk, das uns Zugang zu verschiedenen Internetdiensten wie World Wide Web, E-Mail, FTP (zur Dateiübertragung), Usenet und ähnlichem ermöglicht.“ (aboutweb.org, o.J.) Es basiert „auf einem globalen Netzwerk aus vielen Rechnernetzwerken, durch das Daten ausgetauscht werden. Dieser Datenaustausch erfolgt hierbei durch die sogenannten Internetprotokolle wie zum Beispiel HTTP (im World Wide Web), FTP (beim Datenaustausch) oder auch POP (bei E-Mails).“ (aboutweb.org, o.J.)

Beim World Wide Web handelt es sich um einen im Internet angebotenen Dienst. „Das World Wide Web, das auch Web oder WWW genannt wird, ist ein Hypertext-System, das durch das Internet aufrufbar ist.“ (aboutweb.org, o.J.)

Der Unterschied besteht also darin, dass das Internet, simpel gesprochen, das große Ganze, der Überbau ist und das World Wide Web lediglich ein Teil dieses enormen Systems ist.

Im Hinblick auf die Arbeit macht diese Tatsache allerdings, wie erwähnt, keinen allzu großen Unterschied. Denn gegenöffentliche Initiativen sind sowohl im Internet als auch im World Wide Web aktiv. Erstellen von Webseiten, interner Datenaustausch und E-Mail-Verteiler sind nur drei der zahlreichen Möglichkeiten, die besagte Initiativen in Anspruch nehmen.

Nun aber zurück zum eigentlichen Thema der Arbeit. Im Hinblick auf die Besonderheiten des Netzes ist ein wichtiger Aspekt, dass Medien früher quasi „gebunden“ waren. Gebunden an Situationen, an Orte, an Zeiten, etc. Friedrich Krotz bringt hier den Ausdruck der „Sinnprovinzen“ ins Spiel und beschreibt diesen folgendermaßen:

„Traditionell ist jedes einzelne Medium an übliche und ‚normale‘ Zeitphasen, an spezifische Orte, spezifische soziale Zwecke und soziale Bedingungen, insgesamt an festgelegte Situationen und klar abgegrenzte Sinnzusammenhänge gebunden gewesen, für die es seine Inhalte produzierte und in denen es genutzt wurde. Damit waren Medien räumlich, zeitlich, und sozial/situativ als Sinnprovinzen und Handlungsbereiche der Menschen in deren Alltag voneinander und anderen Handlungsbereichen getrennt.“ (Krotz 2007: 94)

Was er damit meint ist, dass die diversen Medien ihren festen Platz im Alltag der Menschen hatten. Sowohl physisch, als auch zeitlich/sozial gesehen. Der Fernseher stand im Wohnzimmer, der TV-Konsum war ein familiäres „Quasi-Happening“. Das Telefon wiederum, war meist etwas abgesondert vom Wohnbereich zu finden. In einem Gang beispielsweise. Alles an seinem Platz, alles zu seiner Zeit – oder wie Krotz es beschrieben hat: „Mit den damit einhergehenden sozialen Normen und kulturellen Erwartungen eröffnete ein Medium deshalb ein spezifisches Kommunikationspotenzial, das darüber an bestimmte Zwecksetzungen, Normen und Erwartungen gebunden war.“ (Krotz 2007: 95)

Das Internet weist also Spezifika auf, die man in den Medienwelten, die vor dem Netz-Zeitalter existiert haben, so gar nicht kannte. Hat sein Siegeszug aber dadurch völlig neue, allgemeingültige Gegebenheiten geschaffen? Hier muss wohl eine eher ernüchternde Antwort gegeben werden. Denn das Gesetz der alten Welt gilt auch hier: Was nicht vorhanden ist, kann ich nicht benutzen – sowohl in inhaltlicher als auch in infrastruktureller Hinsicht.

7.1 Die Tendenz zur Konzentration

In den vergangenen Jahrzehnten machten sich sowohl im wirtschaftlichen Sektor, als auch in jenem der Medien, Tendenzen bemerkbar, welche für Pluralität (in welchem Bereich nun auch immer) alles andere als förderlich waren und nachwievor sind. Die

Rede ist von Konzentrationstendenzen. Immer weniger Global Player teilen sich den Weltmarkt untereinander auf. Ehemalige Konkurrenten fusionieren (ob aus freien Stücken oder lediglich den Regeln des Marktes folgend, sei dahingestellt), die Vormachtstellung des somit neu geschaffenen Konglomerates ist zunächst beeindruckend, bildet sich im Laufe der Geschichte aber meistens immer wieder zurück. Was für den Wirtschaftssektor gilt, kann für den Mediensektor nicht verneint werden. Es gibt sie auch hier, die globalen Branchenführer. Beispielsweise CNN und seine internationalen Ableger. Auch wenn selbstverständlich keinesfalls davon gesprochen werden kann, dass sämtliche Mitarbeiter in den über den gesamten Globus verstreuten Filialen ein und derselben Agenda folgen müssen, so ist CNN dennoch ein gutes Beispiel, wenn es darum geht, die erwähnten Konzentrationstendenzen darzustellen. Denn ungeachtet der Tatsache, dass CNN in den USA schon längst nicht mehr Marktführer im Bereich der Nachrichtensender ist, handelt es sich hierbei dennoch um eine weltweit bekannte Marke, die eine wichtige Rolle im globalen Informationsfluss spielt. Und dieser Einfluss beschränkt sich naturgemäß nicht auf das Fernsehen. CNN ist, entsprechend seiner Wichtigkeit im traditionellen Nachrichtenwesen, natürlich auch eine bekannte und geschätzt Anlaufstelle für Information im Internet. Die Konzentration auf die Marke CNN ist keineswegs inhaltlichen Kriterien geschuldet. Damit soll lediglich aufgezeigt werden, dass die großen, etablierten Nachrichtenhäuser ihren Leaderstatus aus der, sozusagen analogen Welt wohl ohne größere Probleme in die Weiten des Internets transferieren konnten. Eine Melange aus vielen Faktoren (Status, finanzielle Mittel, Perspektiven, etc.) lockt eben Spezialisten an, egal in welchem Sektor. Neue Mitbewerber haben es somit schwer, die Etablierten genießen aufgrund ihres Rufes Startvorteile. Allerdings müssen sie sehr wohl hart arbeiten, um diese Privilegien nicht zu verlieren.

Robert A. Hackett und William K. Carroll zeichnen bezüglich der konzentrationstechnischen Gesamtsituation (also nicht speziell CNN betreffend) ein eher düsteres Bild. In ihrem Buch *Remaking Media. The struggle to democratize public communication*. listen sie gleich im ersten Kapitel einige Merkmale des globalen Mediensektors auf, die diese negative Einschätzung zumindest nicht entkräften. Im Abschnitt „Centralization of power“ heißt es im Hinblick auf die immer deutlicher zu beobachtenden Monopolisierungstendenzen in der Medienwelt beispielsweise:

„Yet concentration has potentially profound political implications. Media owners have disproportionate influence over what political issues enter the public arena, and how they are framed; so their political interests and causes have an unfair advantage.“ (Hackett, Carroll, 2006: 5)

Denn auch wenn das von Hackett und Carroll gemalte Bild vielleicht etwas zu düster ist: Dass die Hierarchien der „alten Medien“ auf wirtschaftlicher Basis in das Internet transferiert wurden, ist nicht von der Hand zu weisen.

„Die hierarchischen Strukturen, die die internationalen Beziehungen genauso wie die sozialen Verhältnisse innerhalb einzelner Länder prägen, schlagen sich auch im Internet nieder. Die Vorherrschaft des Nordens etwa über die Nachrichten über den Süden ist ungebrochen. Weniger haben lateinamerikanische Nachrichtenagenturen dank Internet den US-Markt erobert, als dass vielmehr „CNN en español“ seine Dominanz vom Fernsehen auf das Internet (www.cnnenspanol.com) ausgeweitet und über die Grenzen der USA hinaus getragen hat. Ganz ähnlich sind auch innerhalb der Länder die meistbesuchten Medien-Websites just diejenigen Zeitungen und Fernsehsender, die auch im nicht-virtuellen Raum das Sagen haben.“ (Hoffmann 2004: 109)

Der Mediensektor an sich, also die Gesamtheit aller (inter)national agierenden Medienunternehmen und der Kanäle, die sie dazu benutzen, funktioniert eben nicht hierarchiefrei. Denn, das Internet ist in seinen Grundzügen nichts anderes, als ein Spiegelbild der Gesellschaft, aus der es hervorgegangen ist, die es geformt und geprägt hat und die es kontinuierlich verändert. Selbstverständlich geschieht diese Beeinflussung aber auch in anderer Richtung. Gesellschaft und Internet, oder besser gesagt: Medien allgemein, beeinflussen und verändern sich gegenseitig ohne Unterlass. Womit an dieser Stelle der Arbeit erneut die Brücke zu Krotz' Prozess der Mediatisierung geschlagen werden konnte. Denn was er, ganz grob ausgedrückt im eben jenem Prozess zu beschreiben versuchte, war die wechselseitige Beeinflussung von Medien und Gesellschaft und die damit einhergehende stetige Wandel in sozialer und kultureller Hinsicht. Krotz selbst beschrieb seinen Ansatz mit folgenden Worten:

„Medien sind mit Kommunikation untrennbar verbunden, sie dienen der Modifizierung von Kommunikation, oft um in veränderten Bedingungen Kommunikation zu ermöglichen, aber auch, um andere Kommunikationsbedingungen zu schaffen. Die sich in Bezug auf Medien wandelnden Kommunikationsformen sind ihrerseits die Basis für die

kulturellen und sozialen Veränderungen, die „Mediatisierung“ theoretisch fassen will.“ (Krotz 2007: 11)

Dieser Ansatz wird im Verlauf der vorliegenden Arbeit an zahlreichen weiteren Stellen auftauchen.

7.2 Die Gesetze des Marktes

Einer der gängigsten und wohl auch einfachsten Faktoren, anhand dessen eine gewisse Hierarchie in so gut wie jedem Feld (selbstverständlich auch außerhalb der Massenkommunikation) entstehen kann, ist der finanzielle. Kaum ein Projekt, ein Feld, ein Angebot, welches nach einer stürmischen, euphorischen und erfolgreichen Frühphase nicht zu einem späteren Zeitpunkt ins Blickfeld von Investoren geraten ist. So ist der Lauf der Dinge, und gewissermaßen trägt dieser Umstand natürlich auch zur Weiterentwicklung bei. Lediglich konservative Kräfte wünschen sich, dass alles immer so bleibt, wie es früher einmal gewesen ist. Um als Unternehmer erfolgreich und relevant sein zu können, wird eben einfach der entsprechende finanzielle Background benötigt.

Hier gibt es zwar wieder unterschiedliche Arten und Weisen, um an das benötigte Geld zu kommen. „Croudfunding“ erfreut sich in den letzten Jahren beispielsweise immer größerer Beliebtheit. Bei diesem Konzept können Privatpersonen ein von ihnen geschätztes und ausgewähltes Projekt mit ihrem eigenen Vermögen unterstützen. Wie groß die Beteiligung ist, bleibt ihnen dabei selbst überlassen. Der Künstler, Unternehmer, etc. nimmt so gesehen zahlreiche kleine Kredite auf und verpasst seinem Projekt dadurch den benötigten (finanziellen) Schub in der so heiklen Anfangsphase. Sofern sich das Vorhaben rechnet, zahlt der Unterstützte seinen Geldgebern ihre Beträge (manchmal auch mit Zinsen) zurück. Auf der anderen Seite besteht natürlich auch die Möglichkeit, dass man das Geld nie wieder sieht. Ein Risiko bleibt somit stets bestehen.

Dieser kleine Ausflug ins Feld des Croudfundings hat zwar prinzipiell mit der Arbeit recht wenig zu tun, soll aber verdeutlichen, dass es nicht Ziel der Arbeit ist, ein völlig einseitiges Bild der Ökonomisierung bestimmter Gesellschaftsbereiche zu zeichnen. Immerhin ist im Untertitel ja auch die Rede von den „Potentialen“, welche im Netz

schlummern. Mit dem skizzierten Beispiel sollte lediglich gezeigt werden, dass es auch außerhalb des Bankensektors und abseits der traditionellen Wege durchaus gewisse Möglichkeiten gibt, zu Geld zu kommen. Das Netz erleichtert mit seiner prinzipiell offenen Struktur einen derartigen Vorgang.

Wie bereits erwähnt: Wenn ein gewisser Status erreicht werden soll, dann muss Geld in die Hand genommen werden. Die Medienlandschaft ist am Ende nämlich auch eines ganz besonders: ein Markt. Und der funktioniert überall auf der Welt nach bestimmten Regeln. Abgesehen von den Regeln der Aufmerksamkeit, Nachrichtenfaktoren etc., handelt es sich dabei zu einem großen Teil eben um finanzielle Spezifika.

Friedrich Krotz beschreibt das Phänomen mit folgenden Worten. Er bezieht sich in diesem Abschnitt zwar auf Medien generell, das Internet bildet in dem Zusammenhang allerdings keine Ausnahme.

„Denn die Medien sind immer auch Medien der Anbieter, und ihr Angebot dient einem Zweck, der außerhalb der Medien selbst liegt, nämlich dem Geldverdienen. Insofern sind auch die Inhalte in und Nutzungsformen von Medien weder universell noch beliebig, sondern so ausgewählt, dass sie diesem Zweck weiterhelfen.“ (Krotz 2007: 97)

Warum bietet das Internet in diesem Zusammenhang, wie behauptet, keine Ausnahme? Wurden am Anfang des Kapitels nicht noch der theoretisch barrierefreie Zugang und die prinzipielle Möglichkeit zur Erstellung von Inhalten durch jeden noch so kleinen User angeführt? Haben nicht die Neo-Zapatistas durch das Internet eine breite, weltweite Öffentlichkeit erreicht?

Nun ja, einerseits stimmt dies natürlich. Wie aber ebenfalls bereits gezeigt bzw. wie später noch zu zeigen sein wird, gibt es zahlreiche Faktoren, welche diese prinzipielle Freiheit doch – und manchmal auch gehörig – einschränken. Der finanzielle Aspekt ist dabei einer der markantesten. Wird der Gedanke weitergesponnen, so wird schnell klar: Die wichtigsten Akteure im Netz sind gleichzeitig unter den finanzkräftigsten zu finden. Das klingt auf den ersten Blick zugegebenerweise etwas vereinfacht und populistisch. Wird die Aussage allerdings ohne ideologischen Hintergrund betrachtet, so ist sie schlicht und einfach eine

Bestandsaufnahme der aktuellen Medienwelt. Große Konzerne stehen hinter großen Medienhäusern, und diese Häuser bestimmen wiederum zu einem überwiegenden Teil die Themengewichtung der Berichterstattung.

Die hier getätigten Behauptungen sind, zugegebenermaßen, äußerst allgemein gehalten. Um einen gewissen Überblick zu geben, um den Ausgangspunkt eines Gedanken zu bestimmen, werden derartige Thesen allerdings sehr wohl benötigt. Auf das Wesentliche herunter gebrochen, wird auf den vorangegangenen Seiten ein zentraler Aspekt beschrieben: Die bekanntesten Seiten im Internet (und im weiteren Verlauf eben auch jene, mit der größten Aufmerksamkeit), sind im überwiegenden Großteil der Fälle auch die finanzkräftigsten. Um diesen Gedanken mit Daten untermauern zu können, wird Überblick über die Angebote im Internet benötigt. Und dieser soll im folgenden Unterkapitel gegeben werden.

7.3 Eine Karte des Internets – internet-map.net

Um diesen Überblick zu erhalten, ist ein Schritt zurück vonnöten. Das große Ganze betrachten. Bei der Planung einer Autoreise oder der Festlegung einer Wanderroute, sind Karten äußerst hilfreich. Sie vermitteln eine Vorstellung davon, wie das umliegende Terrain aussieht, und weisen den Weg durch diese Umgebung. Das Internet ist in seinen Ausmaßen schier unfassbar, oder besser gesagt un-erfassbar. Die Unmengen an Daten, welche tagtäglich im Netz zirkulieren bzw. jene, die prinzipiell vorhanden sind, übersteigen wohl das Vorstellungsvermögen der überwiegenden Mehrheit der Nutzer.

Da eine grafische Darstellung aber oftmals hilfreich dabei ist, sich ein Bild über bestimmte Umstände zu machen, hat sich eine kleine Gruppe von Menschen in Russland dazu entschieden, eine Karte des Internets anzufertigen. Selbstverständlich nicht in der absoluten Gesamtheit. Das ist aufgrund der Ausmaße an Datenmaterial bzw. der Vielzahl an neuen Angeboten, welche tagtäglich neu hochgeladen werden, schlicht und einfach nicht möglich. Dennoch bietet die Internet-Map (internet-map.net) einen aufschlussreichen Überblick über die im Web herrschenden Größenverhältnisse. Die Seiten sind dabei nicht nur der Beliebtheit und dem Bekanntheitsgrad nach eingeteilt, sondern auch nach ihrer realen geographischen Verteilung. Natürlich ist die Darstellung in keinsten Weise komplett.

Initiiert und aufgebaut wurde das Angebot von einer Gruppe aus Russland, bestehend aus Ruslan Enikeev, Daniel Galper, Vasily Pugovkin, Leonid Lilo und Vitaliy Zuzin. Weitere Daten zur Entwicklung, den zu Erstellung benutzten Programmen und der Entwicklung der Map sind auf der Webseite im dazugehörigen Blog zu finden. Die Details würden an dieser Stelle den Rahmen sprengen und sind, streng genommen, für diese Arbeit auch nicht von Belang. Wird die internet-map angesurft, bietet sich dem User folgendes Bild:

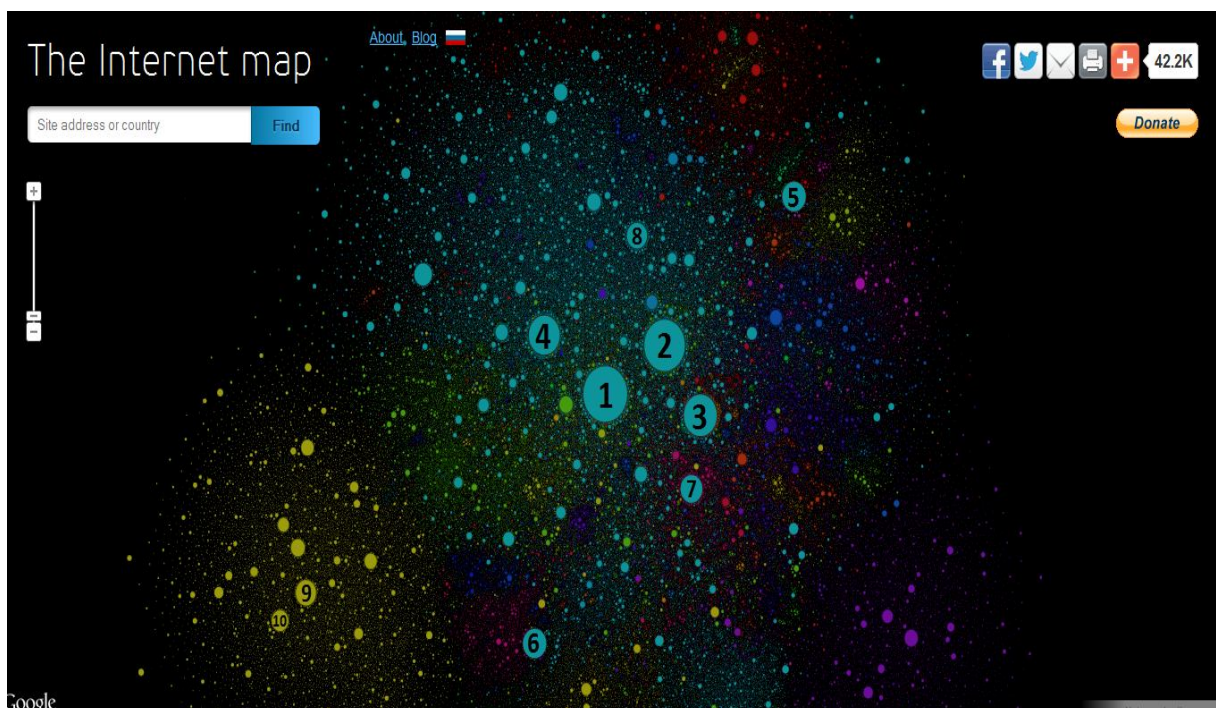


Abb. 1 Internet-Map

Bei der Betrachtung dieses Bildes stechen besonders die großen, markanten Kreise ins Auge. Bei den zehn, vermutlich, größten handelt es sich um folgende Pages: (Um sich ein genaueres Bild machen zu können, folgt auf den kommenden Seiten eine Vorstellung besagter zehn Webservices anhand der Beschreibungen, welche die internet-map zur Verfügung stellt.)

Die Auswahl der zehn Beispiele erfolgte nicht auf Grundlage von konkreten Daten und Fakten, sondern nach dem berühmt berüchtigten Augenmaß. Zugriff auf die exakte Rangliste ist erst nach Zahlung einer Gebühr möglich. Um den im weiteren Verlauf der Arbeit vertretenen Standpunkt deutlich zu machen, ist eine exakte

Auflistung allerdings auch nicht zwingend notwendig. Der Gedankengang erschließt sich auch anhand der vorgenommenen Einteilung.

1. google.com

Beschreibung nach internet-map.net: „Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers unique features and search technology.“

Platzierung weltweit: Rang 2

Platzierung in den USA: Rang 1

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
40,870%

(Die Daten stammen von internet-map.net; Stand: 11. Juni 2013)

2. facebook.com

Beschreibung nach internet-map.net: A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and videos.

Platzierung weltweit: Rang 1

Platzierung in den USA: Rang 2

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
42,480%

3. youtube.com

Beschreibung nach internet-map.net: YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your videos worldwide!

Platzierung weltweit: Rang 3

Platzierung in den USA: Rang 3

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
34,150%

4. yahoo.com

Beschreibung nach internet-map.net: A major internet portal and service provider offering search results, customizable content, chatrooms, free e-mail, clubs, and pager.

Platzierung weltweit: Rang 4

Platzierung in den USA: Rang 4

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
19,137%

5. wikipedia.org

Beschreibung nach internet-map.net: A free encyclopedia built collaboratively using wiki software. (Creative Commons Attribution-Share Alike License)

Platzierung weltweit: Rang 6

Platzierung in den USA: Rang 8

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
11,444%

6. blogspot.com

(Keine Beschreibung auf internet-map.net vorhanden.) Beschreibung nach Google: Free weblog publishing tool from Google, for sharing text, photos and video.

Platzierung weltweit: Rang 11

Platzierung in den USA: Rang 13

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
11,069%

7. live.com

Beschreibung nach internet-map.net: Search engine from Microsoft.

Platzierung weltweit: Rang 8

Platzierung in den USA: Rang 11

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
7,699%

8. twitter.com

Beschreibung nach internet-map.net: Social networking and microblogging service utilising instant messaging, SMS or a web interface.

Platzierung weltweit: Rang 12

Platzierung in den USA: Rang 12

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
5,589%

9. baidu.com

Beschreibung nach internet-map.net: The leading Chinese language search engine, provides "simple and reliable" search experience, strong in Chinese language and multi-media content including MP3 music and movies, the first to offer WAP and PDA-based mobile search in China.

Platzierung weltweit: Rang 5

Platzierung in China: Rang 1

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
11,809 %

10. qq.com

Beschreibung nach internet-map.net: China's largest and most used Internet service portal owned by Tencent, Inc founded in November, 1998. Presently, Tencent is aiming its operations at the strategic goal of providing users with a "one-stop online life service". Tencent's Internet platforms QQ, QQ.com, QQ Games, and PaiPai.com have brought together China's largest Internet community. Tencent's communications and information-sharing services include QQ.com, QQ Instant Messenger, QQ Mail, and search engine SOSO. Linked up with heavily used features such as forums, chat rooms, and QQ Groups, Tencent's Qzone has grown into China's largest personal Internet space. These services foster group interaction and resource sharing. Virtual products such as QQ Show, QQ Pet, QQ Game, and QQ Music/Radio/Live have been successful in providing entertainment and customization options to users. Mobile phone users can take advantage of a number of value-added wireless services. Tencent's PaiPai.com is a C2C on-line shopping platform that seamlessly integrates into Tencent's other community platforms. As of June 30th, 2009, the number of registered QQ Instant Messenger users has reached 990.0 million. Active users numbered at 448.0 million. Peak concurrent users have reached 61.30 million. QQ Games platform counted about 6.2 million users simultaneously on-line. QQ.com has become China's most visited Internet portal website. PaiPai.com has also become China's second largest Internet shopping platform.

Platzierung weltweit: Rang 9

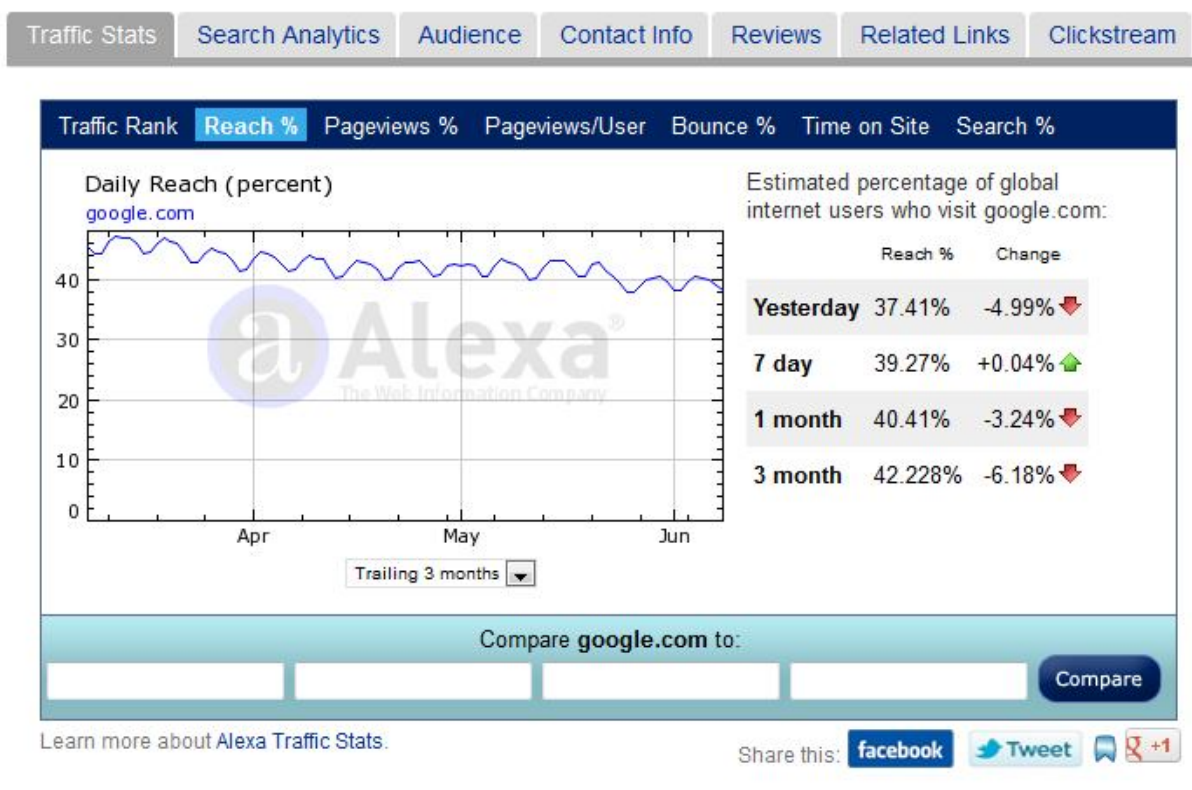
Platzierung in China: Rang 2

Geschätzte Prozentzahl der weltweiten Internetnutzer, die die Seite besuchen:
8,805%

Neben den mit einem Klick auf den jeweiligen Kreis aufscheinenden Basisinformationen über die jeweilige Page, bietet internet-map.net in

Zusammenarbeit mit dem Internetstatistik-Dienst „Alexa“ seit Dezember 2012 weitere, detailliertere Informationen zu den jeweiligen Seiten.

So erfahren User bei näherer Beschäftigung mit Google beispielsweise, dass die Reichweite der Seite in den vergangenen Monaten (Stand, 11. Juni 2013) zurückgegangen ist. Woran dies liegt, ist schwer zu sagen und hat im Grunde genommen mit der Arbeit auch nichts zu tun. Der Screenshot soll lediglich verdeutlichen, wie ausdifferenziert die Statistiken zu den jeweiligen Pages sind.



Average Load Time for Google.com

Average (1.331 Seconds), 56% of sites are slower.

Abb. 2 Reichweite Google

Weiters erfahren die Nutzer beispielsweise den geschätzten Wert des PPC (PayPerClicks)-Budget. Im Vergleich dazu, das PPC-Budget für facebook.com belief sich auf Alexa.com im vergangenen Monat lediglich auf 71,114 - 103,182 US-Dollar. (Stand am 11. Juni 2013.)

Search Advertising Metrics Highlights

Data provided by iSpionage.

Last Month Stats (Estimated)

PPC Budget	\$2,789,122 - \$3,906,257
Last Month Clicks	1,293,562 - 1,611,827
Avg. Ad Position	3
Google PPC Keywords	219,208
Yahoo PPC Keywords	10,467

Abb. 3 Details Google

Bei einem Blick auf die Statistik, die darlegt, welche Pages die Google-User vor beziehungsweise nach ihrem Besuch auf der Seite ansteuern finden sich fast ausschließlich Angebote, aus den zuvor dargelegten Top-Ten. Der vorhin bereits erwähnte Verdacht hinlänglich markanter und wirkmächtiger Konzentrationstendenzen innerhalb des Internets (und der Medienwelt im Allgemeinen) wird durch diese Zahlen und Daten weiter verstärkt.

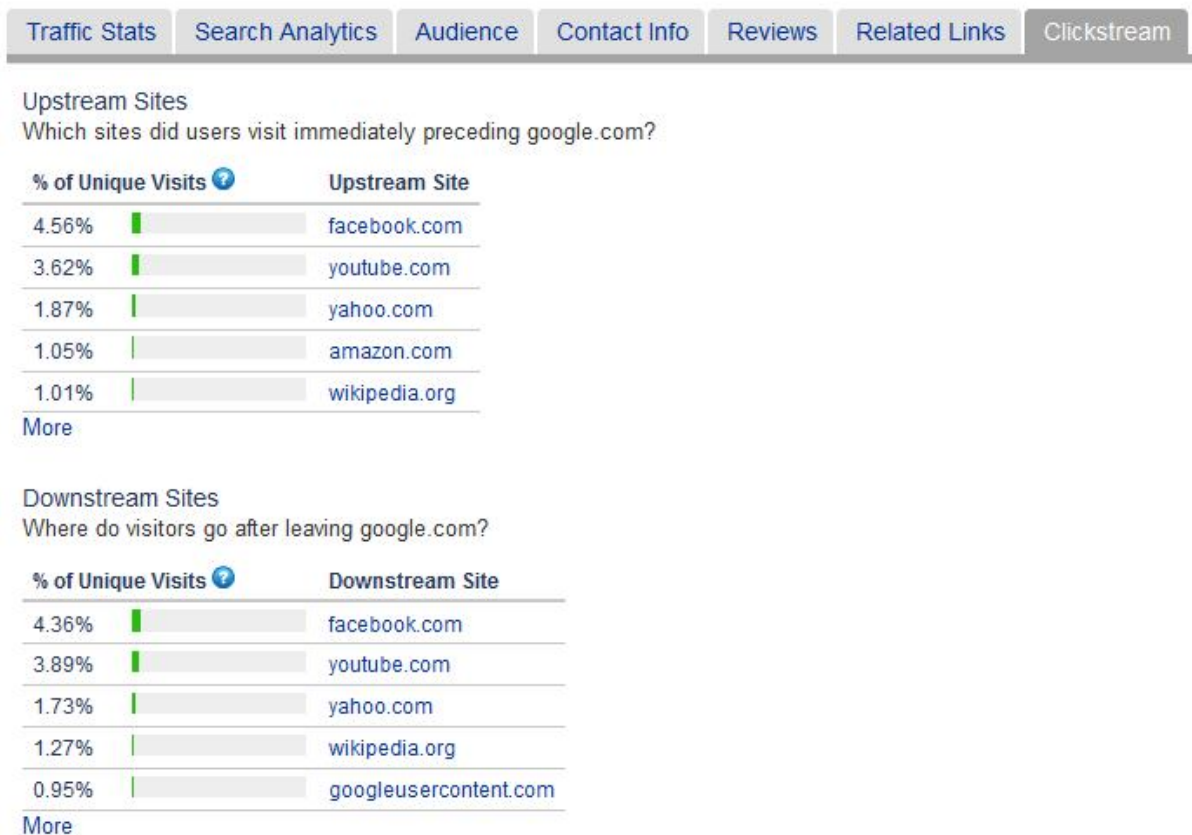


Abb. 4 Verlauf von Google-Usern

Ein letztes Beispiel zu google.com zeigt, wie sich die User weltweit verteilen. Die Bürger welcher Staaten also am häufigsten das Angebot in Anspruch nehmen.

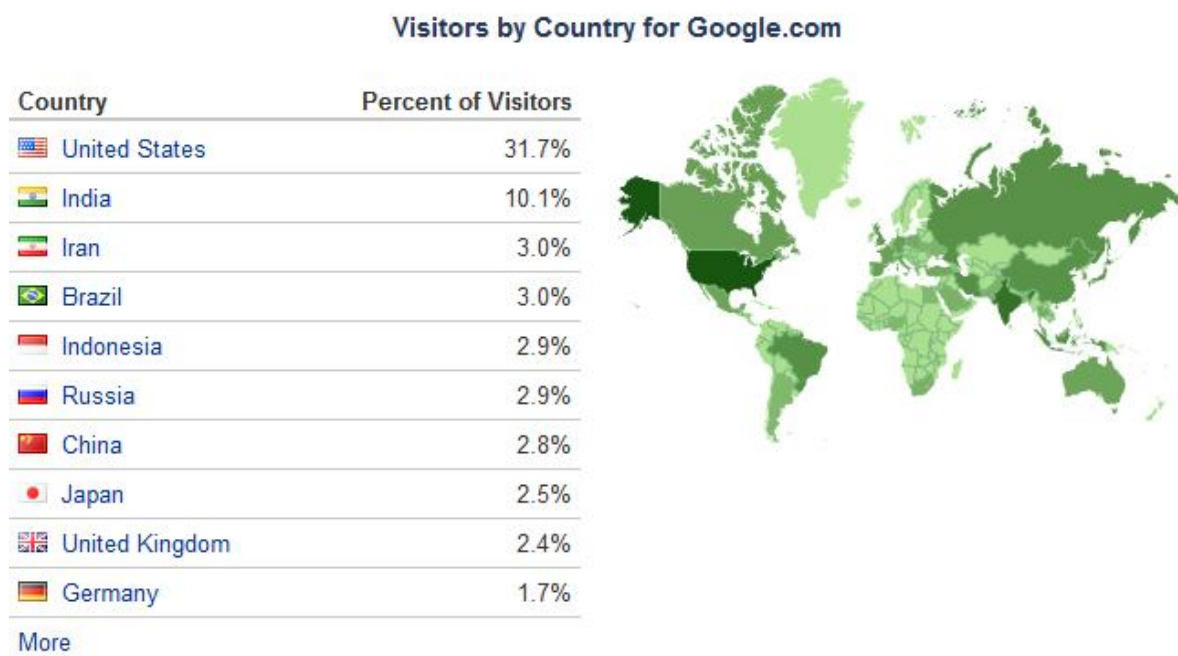


Abb. 5 Weltweite Verteilung der Google-User

Interessant ist in diesem Zusammenhang der Vergleich mit baidu.com. Auf Googles größten Konkurrent am asiatischen Markt wird im Laufe der Arbeit noch näher eingegangen, vorerst soll aber der folgende Screenshot zeigen, wie dominant baidu.com in China auftritt.

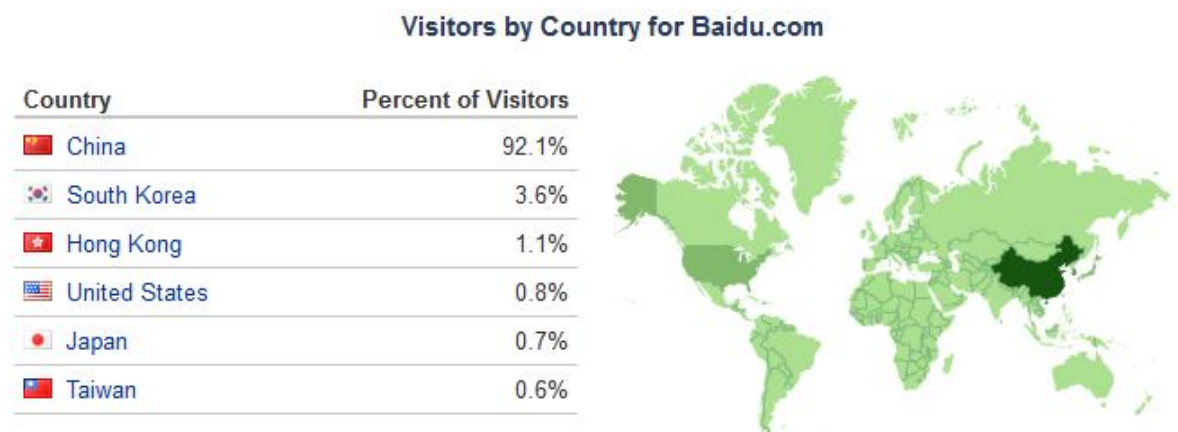


Abb. 6 Weltweite Verteilung der Baidu-User

Die aktuelle Forbes-Liste der 2.000 größten öffentlichen Firmen, beinhaltet vier der zuvor erwähnten Unternehmen. Dabei handelt es sich um facebook, google, yahoo und baidu. Ein kurzer Click auf die genauen Daten (die Angaben sind dabei in US-Dollar):

Google – Rang 68

(Umsatz: 50,3 Milliarden; Profit: 10,7 Milliarden; Kapital: 93, 8 Milliarden; Marktwert: 268,4 Milliarden)

Yahoo – Rang 624 (Umsatz: 5 Milliarden; Profit: 3,9 Milliarden; Kapital: 17,1 Milliarden; Marktwert: 24,3 Milliarden)

Baidu – Rang 960 (Umsatz: 3,5 Milliarden; Profit: 1,7 Milliarden; Kapital: 7,3 Milliarden; Marktwert: 29,7 Milliarden)

Facebook – Rang 1.071 (Umsatz: 5,1 Milliarden; Profit: 0,1 Milliarden; Kapital: 15,1 Milliarden; Marktwert: 63,5 Milliarden)

Im Vergleich dazu die Daten der Nummer eins der aktuellen Forbes-Top-2.000-Liste, der „Industrial and Commercial Bank of China“, kurz ICBC.

ICBC – Rang 1 (Umsatz: 134,8 Milliarden; Profit: 37,8 Milliarden; Kapital: 2.813,5 Milliarden; Marktwert: 237,3 Milliarden)

Verglichen mit den Daten der ICBC nehmen sich die finanziellen Merkmale von google, yahoo, baidu und facebook zugegebenermaßen weit weniger imposant aus, das ändert allerdings nichts an der Marktführerstellung im Internet.

Nun befindet sich in den Top Ten mit wikipedia.org eine quasi Non-Profit-Organisation, die sich ihren Stellenwert einzig durch ihre Charakteristika erarbeitet hat. Dieser Umstand demonstriert deutlich jene Aspekte, welche das Internet im Prinzip nahe an die Verwirklichung von Brechts Radiotheorie rücken lassen. Die weltweite (indirekte) Vernetzung von Nutzern macht wikipedia zum dem, was es ist. In seiner Struktur als global frei erreich- und benutzbares Online-Lexikon finanziert sie sich ausschließlich über Spenden von Privatpersonen und Unternehmen. Dazu

ein Zitat aus dem Kapitel über die Finanzierung von wikipedia – aus der deutschsprachigen Ausgabe der wikipedia:

„Die Wikipedia finanziert sich ausschließlich über Spenden von Privatpersonen und Unternehmen. Die Ausgaben der Wikimedia Foundation beliefen sich im Fiskaljahr 2008/2009 auf rund 470.000 Dollar im Monat. Davon entfielen ca. 40 % auf die Gehälter der rund 30 Angestellten und etwa 70.000 Dollar auf das Internet-Hosting. Das Budget für das Fiskaljahr 2009/2010 betrug 9,4 Millionen Dollar.“
(<http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#Finanzierung>; Stand: 13. Juni 2013)

Interessant an der Finanzierung der wikipedia ist die Tatsache, dass mit Google ein Unternehmen aus den Top Ten der bedeutendste Geldgeber überhaupt ist. „Mit einer Spende von 2 Mio. Dollar im Jahr 2010 ist das Internetunternehmen Google Inc. einer der größten Einzelspender der wikipedia.“
(<http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#Finanzierung>; Stand: 13. Juni 2013)

Werden die zuvor niedergeschriebenen Gedanken auf der Grundlage der soeben angeführten Zahlen weitergesponnen, so verstärkt rasch der Eindruck, dass das Netz eben kein hierarchiefreier Raum ist, sondern seit geraumer Zeit genauso den Gesetzen des Finanzmarktes unterliegt, wie alle anderen Wirtschaftsbereiche ebenfalls. Das ändert zwar prinzipiell nichts an seinen emanzipatorischen Grundzügen, mit der Sichtbarkeit von Gegenöffentlichkeit im Vergleich zu den Marktführern und Angeboten der etablierten Medien schaut es allerdings verständlicherweise schlecht aus. Hackett und Carroll widmen sich diesem Phänomen in ihrem zuvor bereits erwähnten Buch im Abschnitt „Homogenization“. Zwar sehen sie sehr wohl, dass es in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten zu einer, wie sie es nennen, „Explosion“ an alternativen Websites gekommen ist, im Kampf um Aufmerksamkeit sehen sie diese gegenöffentlichen Angebote als die klaren Verlierer. „The explosion of 'alternative' websites has not altered the balance of communicative power between popular social movements, and the corporate behemoths that are coming to dominate the internet as well as traditional media.“
(Hackett, Carroll, 2006: 6)

Sie gehen dann sogar noch einen Schritt weiter und verdunkeln das ohnehin schon triste Bild: „Even more broadly, the economic and political interests of the media

multinationals encourage them to systematically promote a 'monoculture' of narcissistic consumerism and the politics of free market fundamentalism, so that 'a fundamentally unsustainable way of life and worldview takes hold'." (Hackett, Carroll, 2006: 7)

Aber es ist dennoch unbestritten, dass im Internet eine ungeheure Menge an alternativen Informationen vorhanden ist und nur abgerufen werden muss. Was ist damit? Friedrich Krotz widmet sich dieser Tatsache, und sieht durchaus Anzeichen für eine verstärkte Nutzung des Netzes auf emanzipatorische und gegenöffentliche Art und Weise. So schreibt er beispielsweise:

„Im Hinblick auf die Bedeutung öffentlicher Kommunikationsformen muss man ergänzend darauf hinweisen, dass die computervermittelte Kommunikation in ihrer derzeitigen Form als Folge des Mediatisierungsprozesses langfristig eine potenzielle Basis für neue Formen von Öffentlichkeit und politischer Kommunikation bilden kann. Die Teilnahme an spezialisierten Newsgroups, Mailing lists und Diskussionsforen, die Wichtigkeit von WEBLOGs, die mögliche punktgenaue Vernetzung von nicht notwendig an Institutionen gebundene Experten, nicht zuletzt die genannte Entwicklung der 'alten' Medien, all dies bietet einen Boden für eine über die Rezeption massenmedialer Angebote und über persönliche Gespräche hinausreichende politische Partizipation, die freilich, wie jede Möglichkeit dieser Art, nur von einer Minderheit genutzt werden wird.“ (Krotz 2007: 107)

Mit der Behauptung, lediglich eine Minderheit werde von diesen Möglichkeiten auch Gebrauch machen, weist Krotz den Weg in den nächsten Abschnitt dieser Arbeit. Dieser wird, die auf welchem Gebiet auch immer vorherrschenden, Ungleichheiten etwas näher beleuchten, die dafür verantwortlich sind, dass es gegenöffentliche und emanzipatorische Angebote im Netz eben noch schwerer haben, als es dessen Struktur und seine fortschreitende Ökonomisierung alleine erahnen lassen. Es geht im folgenden Kapitel nicht lediglich um technische (Nicht-)Voraussetzungen, die einen großen Einfluss haben. Die Konzentration auf die technische Komponente alleine würde selbstverständlich viel zu kurz greifen. Einen nicht unwesentlichen Beitrag leistet die Technik aber dennoch. Krotz weiß, dass ein derart wertvoller und durch Zusammenarbeit auf der ganzen Welt verstreuter hierarchiefreier Kommunikationsraum keine Selbstverständlichkeit ist, gepflegt und unter Umständen von Fall zu Fall neu erkämpft werden muss. Dazu benötigt es aber in mehrerlei Hinsicht kompetente Individuen.

„Dieses Potenzial sollte gleichwohl als individuenbestimmter, kommunikativer Raum politisch geschützt, stabilisiert und weiterentwickelt werden, muss aber wohl auch immer wieder neu erkämpft werden. Denn, und das gilt auch für die folgenden Bemerkungen, die Technik allein ist allenfalls ein Potenzial, und ob dieses in demokratischer oder in autoritärer oder repressiver Weise eingesetzt wird, wird nicht durch die Technik allein entschieden.“(Krotz 2007:107)

Hackett und Carroll sind sich der in kommunikativer Hinsicht herrschenden Unklarheiten ebenfalls bewusst und ziehen Vergleiche mit der Zwei-Klassen-Medizin. Sie beschreiben das Phänomen mit folgenden Worten:

“Under conditions of profit-oriented commercial development, access to media services and information which enable full political and economic participation is limited to those who can afford it. Just as privatized medicine produces a multi-tiered health system, commercialized media reinforce the gap between the information-rich and the information-poor.“
(Hackett, Carroll 2006: 6)

7.4 Zahlreiche Ungleichheiten – Mind the Gaps

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass Technologie nicht gleichmäßig über den gesamten Erdball verteilt ist. Diese Problematik spielt sich zum Großteil entlang der Handlungslinien des Nord-Süd-Konflikts ab. Die Nationen der – politisch gesehen – westlichen Hemisphäre, die Länder der „Ersten Welt“, haben neben vielen anderen Aspekten natürlich auch in jenem der technologischen Verteilung gegenüber den Ländern der „Dritten Welt“ die Nase vorne.

Die Rede ist hier beispielsweise von prinzipiellem Zugang zu Infrastruktur. Ohne Strom, kein funktionierenden Computer. Ohne funktionierenden Computer besteht keine Möglichkeit, sich in das Internet einzuklinken. Verfügen Menschen über ein geeignetes Gerät und genügend Strom, es zu betreiben, so benötigen sie weiters zumindest funktionierende Telefonleitungen. Gibt es diese allerdings nicht, so hilft auch der neueste und schnellste Rechner nichts – der Traum vom Netz bleibt das, was er eben ist. Ein Traum.

7.4.1 Der Digital-Divide-Ansatz

Was hier in wenigen Zeilen beschrieben wurde, ist der sogenannte „Digital-Divide“-Ansatz. Dieser besagt, dass weltweit ein grundlegender, großer Unterschied zwischen den verschiedenen Regionen hinsichtlich des prinzipiellen Vorhandenseins von Technologie besteht. Die neueste Technologie konzentriert sich meist dort, wo auch am meisten Geld vorhanden ist – kurz gesagt. Das Digital Divide Institute (DDI) beschreibt den Ansatz auf seiner Webseite folgendermaßen: „Digital Divide“ refers to the gap between those who can benefit from digital technology and those who cannot.“ (Digital Divide Institute, o.J.)

Einerseits ist der Digital Divide somit in technologischer Hinsicht durchaus ein interessanter Ansatz, wenn es darum geht, zu erklären, warum Information nicht alle Menschen erreicht. Eben, weil Milliarden von Erdbewohnern schlicht und einfach nicht über die Technologie verfügen, auf wie auch immer gearbete Information zuzugreifen. Der technologische Fortschritt hat ihre Region noch nicht erreicht, und wird es vielleicht auch nie. Es besteht ein tiefer Graben zwischen entwickelten und Entwicklungsländern. Der Ansatz klingt plausibel. Im kommunikationswissenschaftlichen Diskurs ist jedoch eine zweite Komponente ebenfalls von großer Bedeutung, und auch in den Grenzen der vorliegenden Arbeit liefert die Fokussierung auf Technologie selbstverständlich nur einen kleinen Mosaikstein des am Ende facettenreicheren Bildes. Die technologische Komponente ist unbestritten lediglich ein Teil jener Überlegungen, die zu den informationstechnischen Ungleichheiten, die innerhalb der Weltbevölkerung vorherrschen, bereits angestellt wurden.

Ist nämlich beispielsweise die Infrastruktur vorhanden, so stellen sich im weiteren Verlauf noch zahlreiche andere Fragen. Beispielsweise jene, nach den benötigten finanziellen Mitteln zur Herstellung des Zugangs.

„Fernsehen und Radio, zwei der „klassischen“ Massenmedien, erreichen ohne Frage auch in der armen Bevölkerung Lateinamerikas direkt ein Massenpublikum. Bei Printmedien ist dies schon erheblich fraglicher. Das Internet nun bringt eine Reihe neuer und für die Gesellschaften der Dritten Welt zunächst außerordentlich hoher Zugangsbarrieren mit sich: Anschluss an Strom- und Telefonnetz, Verfügbarkeit der notwendigen

Hard- und Software, das Know-How, mit Tastatur und Computerprogrammen umzugehen und schließlich das Geld, um die Investition sowie die laufenden Kosten bezahlen zu können.“ (Hoffmann 2004: 101)

Weiters ist anzumerken, dass Zugang nicht gleich Zugang ist, und User nicht gleich User. Es macht in der Realität nämlich sehr wohl einen Unterschied, ob ein permanenter Zugang zum Netz besteht, wenn ein User also jederzeit ins Web eintauchen kann und ein simpler Mausklick ausreicht, um quasi dabei zu sein. Auf der anderen Seite finden sich die öffentlichen, gemeinschaftlichen Zugänge. In Regionen, welche vom technischen Fortschritt beispielsweise noch nicht gänzlich sondern lediglich bruchstückhaft erschlossen worden sind, existiert zwar prinzipiell gesehen auch Zugang zum Internet, allerdings ist dessen Qualität im Vergleich zu Beispiel Nummer eins doch eher beeinträchtigt. Der Banker in einer Metropole ist in seinem Alltag aber auch einfach viel mehr drauf angewiesen, am Datenhighway unterwegs zu sein, als dies beispielsweise bei einem Bauer im tiefsten Urwald der Fall ist. Unterschiedliche Lebenswelten, welche im Laufe der Jahrzehnte unterschiedliche Bedürfnisse hervorgebracht haben. Hoffmann warnt deshalb in diesem Zusammenhang davor, Statistiken zum Internetzugang zu positiv und generalisierend zu interpretieren.

„Eine solche optimistische Sichtweise ist jedoch blind für die enormen Unterschiede, die sich hinter dem Etikett „Nutzer“ verbergen. Diese Maßzahl zählt den New Yorker Manager mit 24-Stunden-Breitband-Anschluss genauso als „Nutzer“, wie den Campesino in den Hochanden, der alle 14 Tage in einem öffentlichen Zugangszentrum die E-Mails seiner emigrierten Tochter abrufen.“ (Hoffmann 2004: 102)

Die Fokussierung auf den simplen Zugang greift natürlich ebenfalls zu kurz. Der Standpunkt des DDI: „It took digital-divide researchers a whole decade to figure out that the real issue is not so much about access to digital technology but about the benefits *derived from access*.“ (Digital Divide Institute, o.J.)

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird noch näher auf diese notwendigen Erweiterungen eingegangen. Beispielsweise anhand der Ausführungen Pierre Bourdieus zum Thema „kulturelles Kapital“. An dieser Stelle sollen aber dennoch die strukturellen Voraussetzungen näher unter die Lupe genommen werden. Die Erkenntnisse daraus

bilden in der Folge die Grundlage, auf der sich weitere Überlegungen und Schwerpunktsetzungen entwickeln bzw. herauskristallisieren können.

7.5 Die (vernetzte) Welt in 2011 – ein Überblick

Um die aufgestellten Behauptungen hinsichtlich der ungleichen Verteilung des Zugangs zum Internet mit Daten zu untermauern, werden auf den folgenden Seiten ausgewählte Statistiken der ITU angeführt.

7.5.1 Die International Telecommunication Union

Die International Telecommunication Union, kurz ITU, ist eine Organisation der Vereinten Nationen, die sich auf den Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) spezialisiert hat. Die ITU wurde bereits im Jahre 1865 in Paris unter dem Namen „International Telegraph Union“ gegründet. Ihren aktuellen Namen erhielt die Organisation 1934. Vier Jahre später wurde die ITU in die Vereinten Nationen aufgenommen. Momentan umfasst sie 193 Mitglieder und unterhält zwölf Regionalbüros rund um den Erdball. Ihre Eigenbeschreibung last sich wohl mit den folgenden Sätzen treffend zusammenfassen: „ITU is committed to connecting all the world's people – wherever they live and whatever their means. Through our work, we protect and support everyone's fundamental right to communicate.“(ITU-Report)

Wer sich also einen Überblick über die globale Verbreitung des Internets verschaffen möchte, ist bei der ITU wohl zweifelsohne an der richtigen Adresse.

7.5.2. ICT – Facts and Figures

Jedes Jahr veröffentlicht die ITU einen Bericht, in dem die kommunikationstechnischen Verhältnisse mit Hilfe von Statistiken und Diagrammen dargestellt werden. Der in dieser Arbeit näher beleuchtete Bericht behandelt das Jahr 2011. Und wenn auch nur ein Auge auf die frei verfügbare, massiv abgespeckte

Version geworfen werden kann, so fällt sofort auf, dass Zugang zum Internetschlicht und einfach ungleich verteilt ist. Die Gründe dafür sind an diesem Punkt irrelevant. Es soll hier nicht das Warum und Wieso ergründet werden, sondern lediglich ein Überblick über die momentane Situation gegeben werden.

Der Bericht startet mit den Worten „One third of the world’s population is online.“ (ITU-Bericht: 2011) Also lediglich ein Drittel (genauer gesagt 35%) der Weltbevölkerung ist online. Im Jahr 2006 waren es lediglich 18% gewesen. Im letzten halben Jahrzehnt hat sich auf diesem Sektor also einiges getan, das Verhältnis von 35% zu 65% ist aber trotz allem noch immer ein äußerst unausgeglichenes.

Interessant ist dabei allerdings die Tatsache, dass sich laut ITU der Anteil der Entwicklungsländer an der Internetnutzung in den letzten fünf Jahren von 44% in 2006 auf 62% in 2011 gesteigert hat. Dieser Trend führte sogar dazu, dass momentan ein Viertel der weltweiten Internetnutzer (25%) in China beheimatet ist. Im Sektor der Entwicklungsländer stellt China mit 37% der Internetnutzer naturgemäß einen noch höheren Anteil.

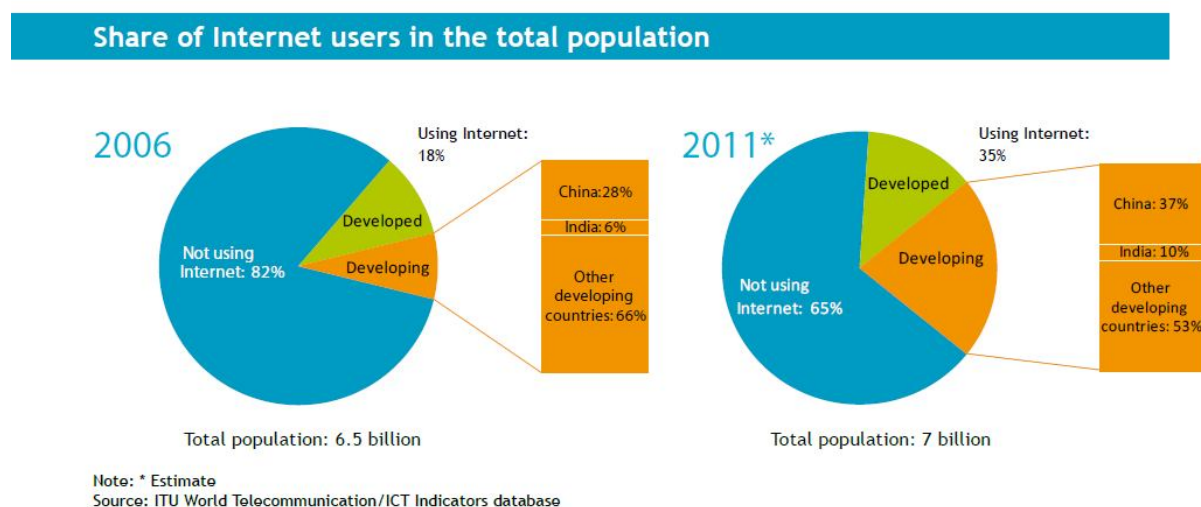
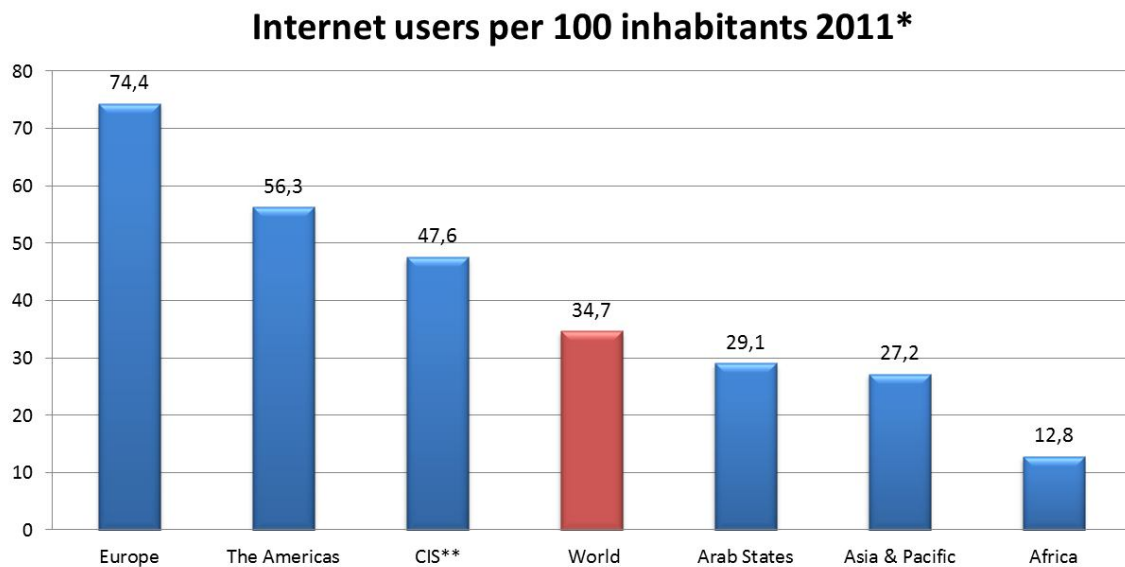


Abb. 7 Anteil der Internet-User an der Weltbevölkerung

Diese Daten belegen, dass der Telekommunikationsmarkt in den Entwicklungsländern enormes Wachstumspotential aufweist, wohingegen der Markt in den entwickelten Ländern quasi gesättigt scheint. Zumindest legt die Tatsache, dass die Entwicklungsländer in der Gruppe der Internetnutzer momentan die Mehrheit stellen, diese Vermutung ausgesprochen nahe.

Auch die folgende ITU-Grafik verdeutlicht die ungleiche Verteilung eindrucksvoll. In dieser Statistik wurden die einzelnen Regionen der Welt separat dargestellt.



*Estimate

** Commonwealth of Independent States

Regions are based on the ITU BDT Regions, see: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/definitions/regions/index.html>

Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Abb. 8 User nach Regionen der Erde

Es ist deutlich zu erkennen, dass der Prozentsatz an Internetnutzern pro 100 Einwohnern in Europa am höchsten liegt. Knapp drei Viertel (74,4%) der Europäer und Europäerinnen nahmen im Jahr 2011 das Internet in Anspruch. In Afrika waren es im selben Zeitraum hingegen lediglich 12,8%.

Nach einem weiteren Schritt zurück stellt sich allerdings folgende Frage: Wie viele Haushalte, weltweit gesehen, verfügen überhaupt über die hardwaretechnischen Voraussetzungen, im World Wide Web agieren zu können? Kurz gesagt: In wie vielen Haushalten befindet sich ein Computer?

Die ITU geht weltweit von rund 1,8 Milliarden Haushalten aus. In 0,7 Milliarden findet man einen Computer. Werden diese Information erneut nach Entwicklungsländern und entwickelten Ländern aufgeschlüsselt, so stellt sich heraus, dass sich in 74% der Haushalte in den entwickelten Ländern ein Rechner befindet. In den Entwicklungsländern hingegen ist dies in lediglich 25% der Haushalte der Fall.

In den entwickelten Ländern verfügen schlussendlich 71% der Haushalte über einen Internetzugang, in den Entwicklungsländern sind es hingegen nur 20%. Prozentual gesehen ist der Anteil an Haushalten mit Computer aber ohne Zugang zum Internet in entwickelten (3%) und Entwicklungsländern (5%) allerdings annähernd ident.

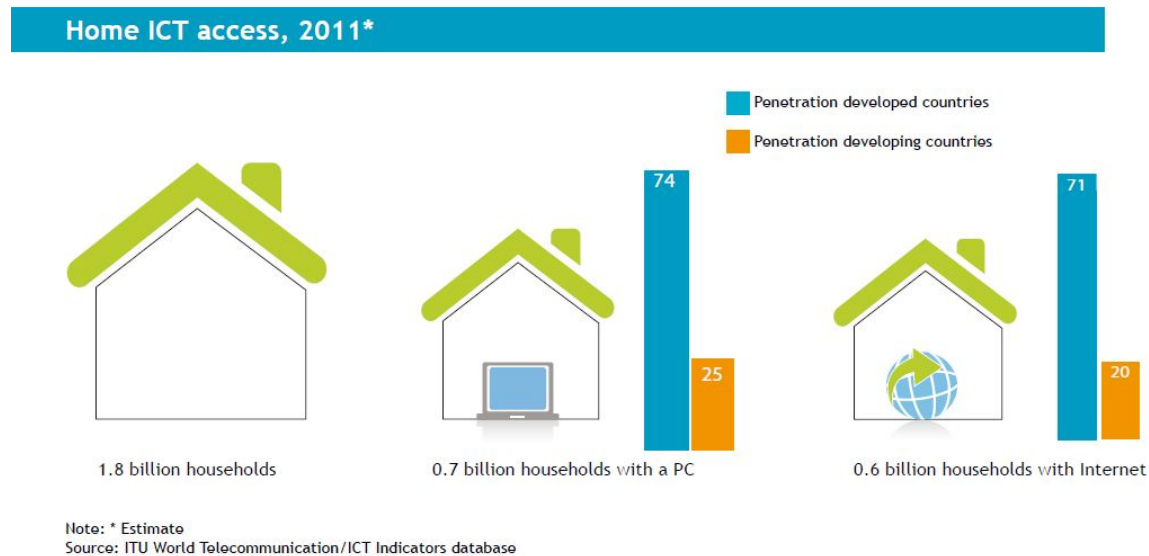


Abb. 9 Haushalte, Computer, Internet

Im folgenden Abschnitt bewegt sich die Arbeit weg von einem rein technischen Blickpunkt und wendet sich einem anderen Phänomen zu. Es soll nicht mehr weiter nur auf die Grundlagen eingegangen werden, auf deren Basis Menschen sich gut (oder eben weniger gut) im Netz zu Recht finden bzw. überhaupt Zugang zum World Wide Web haben. Vielmehr soll ein anderes Phänomen etwas genauer unter die Lupe genommen werden. Die Rede ist von Internetzensur.

7.6 Mikro- und Makroebene

Die Geschichte ist so alt, wie die (Massen)Medien selbst. Aufgrund ihrer Reichweite, sind und waren Medien stets willkommenes Mittel, um locker und leicht den überwiegenden Großteil der Bevölkerung zu erreichen. Wer diese Funktion für sich in Anspruch genommen hat (oder immer noch nimmt), war/ist dabei eigentlich zweitrangig. In früheren Zeiten waren es natürlich jene, welche über die finanziellen Mittel verfügten, welche zur Nachrichtenproduktion und –distribution benötigt wurden, die diesen Vorteil auch nutzten. Ein einfacher Bauer konnte es sich nicht leisten,

seine Sicht der Dinge einem diversen Publikum zu unterbreiten. Zusätzlich fehlte ihm wohl auch das demokratiepolitische Verständnis darüber, dass seine Stimme sehr wohl etwas zählt und dass seine Meinung wichtig genug ist, um gehört zu werden. Der König konnte das sehr wohl. Später waren es, grob gesprochen, die Parteien, welche über die Deutungshoheit verfügten. Ein einfaches Mitglied, der kleine Wähler, war nichts anderes, als der Empfänger der unterschiedlichen Botschaften. Im großen Stil, versteht sich. Natürlich gab es auch den Austausch mit Gleichgesinnten oder Un-Gleichgesinnten. Am Stammtisch, in (oder vielmehr nach) der Kirche, am Fußballplatz etc. Das alles spielte sich aber, im Vergleich zu den Medien, auf einer Mikroebene ab. Die Rollenverteilung war klar. Der Eintritt in die Welt der Meinungsproduktion war teuer, und nur die wenigsten konnten ihn sich leisten. Die zentralisierte Struktur der Massenmedien festigte den Status Quo.

Es gab zwar auch Medienproduktion auf der zuvor erwähnten Mikroebene. Diese ist allerdings nicht Objekt der an diesem Punkt angestellten Überlegungen. Die vorangegangenen Zeilen beschäftigten sich mit der Nachrichtenproduktion im großen Stil. Um die Verbreitung der Ideen der Machthaber. Selbstverständlich wurden diese Mechanismen äußerst verkürzt dargestellt. Bei einer näheren Betrachtung würden sich unzählige Facetten herauskristallisieren. Um den Standpunkt allerdings zu verdeutlichen, ist es ausreichend, dieses simple Bild zu zeichnen. Um es noch weiter herunter zu brechen, hier und jetzt ein Sprichwort: Wer das Geld hat, schafft an.

So war es zumindest lange Zeit. Denn mit dem technischen Fortschritt kamen auch die Möglichkeiten für bisher von der Medienproduktion Ausgeschlossene, auf die andere Seite zu wechseln. Flugblätter, Piratensender, etc. Das Internet stellt, aufgrund seiner Struktur, zu diesem Zeitpunkt den logischen Höhepunkt der diesbezüglichen Entwicklung dar. Im Prinzip: günstiger Zugang, günstige Produktion, immens riesiges Publikum. Im Prinzip. Dass dieses Bild allerdings zu naiv gezeichnet wurde, hat sich auf den vorangegangenen Seiten hoffentlich herauskristallisiert. Das Internet ist per se eben kein herrschaftsfreier Raum, nichts anderes als ein Teil der Gesellschaft, und unterliegt somit zu einem großen Teil auch ihren Gesetzmäßigkeiten. Daher war es nur eine Frage der Zeit, bis die jeweils herrschenden Gruppierungen danach strebten, auch das Internet zu reglementieren und es nach ihren Wünschen und Vorstellungen zu modellieren. „Claiming control of

the Internet has become an essential element in government strategy to rein in dissent - the twenty-first century parallel to taking over televisions and radio stations.“ (Faris, Villeneuve 2008: 9)

Verfügen Menschen also über die Möglichkeiten, das Wissen und die Motivation, sich im Internet am Diskurs abseits der von den Massenmedien in den letzten Jahrzehnten etablierten Pfade zu beteiligen, oder möchten sie gar selbst zum Nachrichtenproduzenten werden, so bieten sich ihnen folgerichtig nicht überall auf der Welt dieselben Möglichkeiten.

Denn genauso wenig, wie die Welt ein homogener Ort ist, ist das Internet ein homogenes Gebilde. Es hält nicht überall die gleichen Informationen für Nutzer bereit. Nun ja, so ganz stimmt das nicht. Die Informationen sind schon vorhanden und wären eigentlich auch abrufbar. Gäbe es da nicht gewisse Kräfte, die etwas gegen deren Verbreitung einzuwenden hätten. Die folgenden Seiten setzen sich mit dem Thema der Internetzensur auseinander.

7.6.1 Google vs. China

Prominentestes Beispiel in der jüngeren Vergangenheit waren vermutlich die Differenzen zwischen Google und der Volksrepublik China. Angesichts des Wirtschaftsbooms im Reich der Mitte, ist das Land, von der wirtschaftlichen Seite her betrachtet, ein ungemein interessantes und lukratives Pflaster für alle möglichen Unternehmen aus aller Herren Länder. Das dachten sich auch die Verantwortlichen bei Google und starteten im Jahre 2006 den chinesischen Ableger des Unternehmens, nachdem Google.com von China aus zwar erreichbar war, das Service allerdings unter den Restriktionen der kommunistischen Führung langsam und träge war. Im Falle des chinesischen Ablegers erklärten sich die Verantwortlichen von Google zu umfangreicher Selbstzensur bereit. Die Verlockungen des mit einem gewaltigen Wachstumspotential versehenen chinesischen Marktes waren scheinbar zu groß, als ihnen aufgrund ethischer Bedenken widerstehen zu können. Allerdings wies Google seine User, und das

unterschied das Unternehmen von der Konkurrenz, bei von Zensur und Filterung betroffenen Suchanfragen auf eben jenen Umstand hin.

In einer Case-Study des Kenan Institute for Ethics der Duke University mit dem Titel *Google in China – „The Great Firewall“* haben sich Kristina Wilson, Yaneli Ramos und Daniel Harvey eingehender mit der Thematik auseinandergesetzt. (Die zuvor gemachten Angaben zum Start von Google.cn sind ebenfalls dieser Case Study entnommen.) So halten sie beispielsweise fest:

In early 2006, search-engine giant Google struck a deal with the People's Republic of China and launched Google. cn, a version of its search engine run by the company from within China. Launching Google.cn required Google to operate as an official Internet Service Provider (ISP) in China, a country whose Communist government requires all ISPs to self-censor, removing content that is considered illegal from search results. Such censored content ranges from political subjects such as "democracy" and "Tibet," to religious subjects such as "Falun Gong" (a spiritual movement banned by the government) and "the Dalai Lama," to social subjects like "pornography." (Wilson et al. o.J.: 3)

Die Führung wollte (und will) somit verhindern, dass regimekritische Informationen zugänglich gemacht werden. Google versuchte diese Zensur allerdings mit verschiedenen Mitteln zu umgehen. So leitete der Konzern ab März 2010 Anfragen bei Google.cn nach Hong Kong um, „wo Suchergebnisse unzensuriert angezeigt werden können – und brüskierte so Chinas Regierung“. (Visser 2010)

Mittlerweile hat Google diesen Kurs allerdings wieder etwas aufgeweicht bzw. mehrere Male die Richtung geändert. Belege dafür finden sich in der relevanten internationalen Berichterstattung immer wieder, sind für die Arbeit an dieser Stelle aber nicht von Belang und werden somit nicht näher behandelt. Mit dem kurzen Blick auf die Anfänge von Googles Engagement in China sollte lediglich kurz umrissen werden, mit welchen Herausforderungen sich dermaßen wirtschaftlich potente Player wie Google im Bereich der Internetzensur herumschlagen müssen. Wenn Zensur und Filterung für derartige Konzerne bereits ein solch großes Problem darstellen, bedarf es keiner intellektuellen Meisterleistung, um sich vorstellen zu können, wie sehr die User davon betroffen sind. Jene, welche das Service von Google nutzen

aber auch jene, die es nicht nutzen. Dabei ist vielen Nutzern oftmals gar nicht bewusst, wie stark ihre Aktivitäten im Internet der Zensur unterworfen sind.

So gab die US-Medienwissenschaftlerin Rebecca MacKinnon in einem im März 2010 veröffentlichten Interview mit Henrik Bork von der Süddeutschen Zeitung beispielweise zu Protokoll: „Ich habe eine Zeitlang an der Uni in Hongkong unterrichtet, und da kamen diese Studenten vom chinesischen Festland und sagten "Wow! Ich wusste überhaupt nicht, was bei mir daheim alles zensiert war." Wie jemand, der in einem Tunnel lebt, ohne es zu wissen.“ (Bork 2010)

Was Angesichts dieser mit Problemen belasteten Geschichte allerdings nicht vergessen werden darf, ist die Tatsache, dass das US-amerikanische Unternehmen nie eine marktbeherrschende Stellung in China inne hatte. Die chinesische Suchmaschine „baidu.com“ war und ist der unumstrittene Marktführer. Zum einen sind die Verantwortlichen hinter baidu ganz einfach besser mit den regionalen Gegebenheiten vertraut. Die kulturellen Unterschiede zwischen China und, vereinfacht gesprochen, dem „Westen“ sind eine nicht zu vernachlässigenden Größe. Das sieht auch der Chef von baidu, Robin Li, so. Li hatte in den USA studiert und sich dabei unter anderem intensiv mit Google beschäftigt. Nach seiner Rückkehr ins Reich der Mitte im Jahr 2000 verschmolz er das, in seinen Augen, Beste aus beiden Welten und gründete baidu. In einem Artikel im „Handelsblatt“, verfasst von Andreas Hoffbauer, wird er folgendermaßen zitiert: „Wir verstehen eben die chinesische Sprache und Kultur viel besser.“ (Hoffbauer 2010) So weit so gut.

Zum anderen muss aber auch festgehalten werden, dass viele Kritiker die enge Zusammenarbeit von baidu mit den chinesischen Behörden bekritteln, wenn es um Belange der Zensur geht. Dieser Umstand verschafft dem chinesischen Unternehmen einen weiteren Vorteil. So heißt es in dem zuvor erwähnten Artikel weiters: „Nicht nur, weil man willig mit Polizei und Sicherheitsbehörden zusammenarbeite. Durch die zahlreichen Filter sei Google in China deutlich langsamer geworden. Darum klicken immer mehr Internetnutzer gleich auf Baidu.com.“ (Hoffbauer 2010)

Es soll an dieser Stelle allerdings nicht das Bild vermittelt werden, dass es lediglich in China Probleme mit Internetzensur von staatlicher Seite geben würde. Das ist

natürlich nicht der Fall. Dieses Beispiel wurde lediglich aufgrund der Prominenz der beiden Streitparteien gewählt.

7.6.2 Ein Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit – der Iran

Neben dem zuvor erwähnten Konflikt zwischen China und dem Google-Konzern ließ zuletzt Ende September 2012 die Führung des Iran aufhorchen. Das Regime gab an, sich schrittweise vom Internet abzukoppeln und ein eigenes, internes Informationsnetz aufbauen zu wollen. Grund für die damalige Verlautbarung war die Veröffentlichung eines auf doch recht niedrigem Niveau polemisierenden – nennen wir das Machwerk der Einfachheit halber einfach – Anti-Islam-Filmes. Der Streifen war auf die Internetplattform YouTube hochgeladen worden und hatte dort einige Monate ein unbeachtetes Schattendasein geführt. Niemand kannte ihn, niemand regte sich darüber auf. Zumindest nicht in diesem Ausmaß, wie es bald nach seiner „Entdeckung“ der Fall sein würde.

Denn nach einiger Zeit stieß tatsächlich jemand auf das Video und schnell kam es zu Unruhen in der islamischen Welt. Der traurige Höhepunkt dieser Demonstrationen waren die Morde an US-amerikanischen Botschaftsmitarbeitern im libyschen Bengazi. Der Iran wiederum beruft sich auf die Veröffentlichung des Filmes und kündigte an, dies in Zukunft verhindern zu wollen. Unter anderem berichtete die Tageszeitung „Der Standard“ in ihrer Ausgabe vom 25. September 2012 von diesem Vorhaben. So heißt es beispielsweise in besagtem Artikel: „Der Iran will Internetseiten wie jene von Google künftig blockieren. Die iranische Nachrichtenagentur Insa meldete, die Blockade stehe im Zusammenhang mit dem jüngsten Mohammed-Video.“ (Pumhösl 2012)

Dies war allerdings nicht der erste Versuch der politischen und geistlichen Eliten, den Zugang zu bestimmten Angeboten im Internet einzuschränken. Die Führung in Teheran hatte, wie erwähnt, bereits vor einigen Jahren davon gesprochen, sich gänzlich vom Internet abzukoppeln.

„Wie DER STANDARD [Anm.: Heraushebung durch zuständige Redaktion] berichtete, erklärte das Regime zuletzt im August, sich bis Ende 2013 ganz vom Internet abkoppeln zu wollen. Damals lieferten Berichte um Cyberattacken den

Grund für die Ankündigung eines restriktiveren Umgangs mit der Informationstechnologie.“ (Pumhösl 2012)

Der Verfasser des Artikels bietet gleich darauf noch ein weiteres Beispiel für Bestrebungen hinsichtlich Internet-Beschränkung.

„Bereits 2010 hatte der Iran seine Internet-Sicherheit deutlich verstärkt, nachdem es einen Sabotage-Angriff auf das Atomprogramm des Landes mithilfe des Computervirus Stuxnet gegeben hatte.“ (Pumhösl 2012)

Dass diese Maßnahmen lediglich weitere Schritte in einer langen Reihe von Zensurbemühungen sind, verdeutlicht der Autor in den folgenden Zeilen:

„Die Islamische Republik hat schon jetzt einen so umfangreichen Internet-Filter wie kaum ein anderes Land. Schon ein Jahrzehnt lang werden Freiwilligenverbände zur Überwachung ausgebildet.“ (Pumhösl 2012)

Angesichts der Geschehnisse der „Grünen Revolution“ im Jahr könnte angenommen werden, dass die Bestrebungen der Führung wohl eher nicht von Erfolg geprägt bzw. die Maßnahmen nicht weitreichend genug waren. Nun, einerseits ist diesem Einwand natürlich zuzustimmen. Andererseits soll an dieser Stelle aber auf einen Gedanken verwiesen werden, der weiter vorne bereits dargelegt wurde. Das Internet selbst, oder besser gesagt die darin zu findenden Angebote allein haben nicht die Macht, eine derartige Dynamik in Gang zu setzen. Es braucht ein Zugpferd. Es braucht ein großes Ereignis, in dessen Windschatten die öffentliche Aufmerksamkeit erreicht werden kann. Es braucht vor Allem massenmediale Berichterstattung, um den Großteil der Zuhörer, Zuseher und Leser entsprechend zu sensibilisieren. Symbolische Politik, wie beispielsweise große Kundgebungen, ist in diesem Zusammenhang ebenfalls, wie bereits zuvor erwähnt, ein adäquates Mittel, größtmögliche Aufmerksamkeit zu generieren.

Und es braucht natürlich auch jene Menschen, die über das Know-How verfügen, die vom Regime aufgebauten Beschränkungen und Blockaden elegant zu umgehen. Schlussendlich braucht es auch jene Menschen, die den Mut haben, sich der Führung entgegenzustellen und für ihre Freiheit zu kämpfen.

Auch wenn der letzte Satz etwas pathetisch anmuten mag. So rückt er dennoch eine weitere der zuvor bereits angesprochenen Überlegungen erneut in den Fokus der

Aufmerksamkeit. Und zwar kann man von Technologie alleine nicht erwarten, dass sie die Gesellschaft von Grund auf verändert. Das Internet, oder vielmehr sein sich sekundlich verändernder Inhalt, ist lediglich ein Spiegelbild der Zustände, aus dem er geboren wird. Selbstverständlich beeinflussen sich Internet und die Gesellschaft wechselseitig. Womit die Argumentation wieder bei Krotz' Mediatisierung angelangt wäre. Medien können wohl aber lediglich Tendenzen aufgreifen und verstärken, die in der Gesellschaft bereits vorhanden sind. Es ändern sich lediglich die Wege, auf denen diese Tendenzen sichtbar gemacht werden können. Und das Internet hat es ohne Zweifel erleichtert, sich an die (Welt)Öffentlichkeit wenden zu können. Aber andererseits gibt es da eben jene Kräfte, die um jeden Preis am jeweiligen Status Quo festhalten wollen. Und da Medien bzw. die Beherrschung der Generierung von Inhalten eine unberechenbare Komponente in diversen Bestrebungen rund um die Welt sein können, ist es für beide Seiten verständlicherweise erstrebenswert, so viel Kontrolle wie möglich über so viele Medien wie möglich auszuüben.

7.6.3. Das Modell der OpenNet Initiative

Internetzensur ist also scheinbar ein weit verbreitetes Phänomen. Eine der ersten Institutionen, die sich näher mit der Thematik beschäftigt hat, ist die „OpenNet Initiative“. Bei dieser Gruppierung handelt es sich laut Eigendefinition um eine Zusammenarbeit von drei Institutionen. Und zwar des „Citizen Lab at the Munk School of Global Affairs“ der Universität von Toronto, des „Berkman Center for Internet & Society“ der Universität Harvard und der „SecDev Group“ aus Ottawa. In ihrem Selbstbild beschreibt sich die OpenNet Initiative (im weiteren Verlauf ONI genannt) folgendermaßen:

„Our aim is to investigate, expose and analyze Internet filtering and surveillance practices in a credible and non-partisan fashion. We intend to uncover the potential pitfalls and unintended consequences of these practices, and thus help to inform better public policy and advocacy work in this area.“(ONI-Selbstbild, o.J.)

Die Gruppe führte im Jahr 2006 eine Überprüfung mehrerer Länder in Hinblick auf mögliche Internetzensur durch. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen wurden im

Buch *Access Denied: The Practice and Policy of Global Internet Filtering (Information Revolution and Global Politics)* veröffentlicht.

Dass dies allerdings nur der erste Schritt einer langen Reise sein kann, wussten die Verantwortlichen bereits damals. Robert Faris und Nart Villeneuve steuerten das Kapitel „Measuring Global Internet Filtering“ bei. Gleich zu Beginn machen sie klar:

“This does not imply that only these countries filter the Internet. The testing we carried out in 2006 constitutes the first step toward a comprehensive global assessment. Not only do we expect to find more countries that filter the Internet as we expand our testing, but we also expect that some of the countries that did not show signs of filtering in 2006 will institute filtering in subsequent years.” (Faris, Villeneuve 2008: 5)

Auf den folgenden Seiten wird etwas näher auf die Richtlinien eingegangen, anhand derer ONI die Überprüfung durchgeführt hat. Danach sollen kurz die Ergebnisse im Mittelpunkt stehen, um einen Überblick darüber zu geben, in welchen Ausmaßen die Zensur im Internet im Untersuchungszeitraum tatsächlich betrieben wurde.

Auf ihrer Homepage beschreibt die ONI ihre Vorgehensweise folgendermaßen. Zu Beginn werden zwei Listen mit Webseiten, die potentiell von Zensur betroffen sein könnten, erstellt. Eine globale Liste und eine länderspezifische Liste. Die globale Liste besteht dabei aus international relevanten, auf Englisch verfassten Websites, mit möglicherweise provokativem Inhalt. Die spezifische Liste enthält Seiten, die in bestimmten Ländern einer Filterung oder Zensur unterliegen könnten. In Südkorea könnten dies beispielsweise nordkoreanische Angebote sein. Diese jeweiligen Zusammenstellungen erheben dabei keinesfalls den Anspruch auf Vollständigkeit, sondern dienen lediglich als Arbeitsgrundlage.

„These testing lists encompass a wide variety of content including political topics such as human rights, political commentary and news, religion, health and sex education, and web sites sponsored by separatists and militant organizations. Pornography, gambling, drugs, and alcohol are also represented in the testing lists.” (Faris, Villeneuve 2008: 11)

Die Einträge auf beiden Listen werden nun einerseits von einem Rechner innerhalb des betroffenen Landes, andererseits von einer Maschine in einem Staat ohne Beschränkungen und Filter (beispielsweise Kanada) aufgerufen. Die Daten, welche

im Zuge der zweiten Erhebung gesammelt werden, dienen als Kontrolle. So versucht man, Schwierigkeiten, welche durch etwaige technische Probleme außerhalb der betroffenen Länder auftauchen können, eben als solche aufzudecken. Anhand der Ergebnisse dieser beiden Abfragen erstellt die ONI dann entsprechende Listen. Anhand der erhobenen Daten ermittelte die ONI im Jahre 2006 insgesamt 27 Staaten, welche zumindest teilweise den Zugang zu bestimmten Websites regulieren oder völlig verunmöglichen.

“In 2006, we tested thousands of Web more than 120 ISPs in 40 countries, creating a database with close to 200,000 observations. observation is in turn based on the conclusion of an average of ten accessibility tests.“
(Faris, Villeneuve 2008: 18)

Auch hier wurden wieder Abstufungen eingeführt. Denn Zensur ist bekanntlich nicht gleich Zensur. So gab es einerseits die Kategorie „Evidence of filtering“ – also Beweise für Filterung, und „Suspected filtering“ – also vermutete Filterung. Bei 16 getesteten Staaten wurden damals keine Beweise für Beschränkungen und Zensur gefunden. In Russland waren dabei allerdings nur einige Internetdienstanbieter (in der Studie kurz ISPs genannt) in Moskau Objekte der Überprüfung. Wie die ONI nach den Erhebungen auch selbst eingestand, kann das Bild für den Rest des Landes durchaus abweichen. Das Ergebnis sah folgendermaßen aus:

Table 1.1

Filtering by state

Evidence of filtering	Suspected filtering	No evidence of filtering
Azerbaijan	Belarus	Afghanistan
Bahrain	Kazakhstan	Algeria
China		Egypt
Ethiopia		Iraq
India		Israel
Iran		Kyrgyzstan
Jordan		Malaysia
Libya		Moldova
Morocco		Nepal
Myanmar		Russia*
Oman		Ukraine
Pakistan		Venezuela
Saudi Arabia		West Bank/Gaza
Singapore		Zimbabwe
South Korea		
Sudan		
Syria		
Tajikistan		
Thailand		
Tunisia		
United Arab Emirates		
Uzbekistan		
Vietnam		
Yemen		

*Testing in Russia was limited to a selection of ISPs in Moscow; these preliminary results may not extend beyond this sample.

Abb. 10 Liste der Filterung

Die Frage, die sich nun gezwungenermaßen stellt, ist jene, nach den Parametern der Untersuchung. Nach welchen Kriterien hat die ONI jene Staaten untersucht und die Listen anschließend erstellt?

Grundlegend wurde zwischen zwei Arten der Filterung unterschieden. Einerseits die Breite, andererseits die Tiefe. Also wird zum einen darauf geachtet, wie viele Bereiche einer Filterung unterliegen, zum anderen, wie weit diese Behinderung geht.

Auf welche Themen hat sie ONI im Weiteren konzentriert? Da gibt es zunächst drei Grundkategorien: Politik und Macht, soziale Normen und Moral sowie Sicherheit. Weiters wurde eine vierte Kategorie eingeführt, die sogenannten „Internet tools“. Dabei handelt es sich um Software, die es den Internetusern erleichtert, die zuvor

erwähnten Themengebiete betreffende Informationen auszutauschen, oder überhaupt in deren Besitz zu gelangen.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die Frage, wo der Staat genau eingreift. Die ONI unterscheidet hier zwischen zwei Möglichkeiten: die politische Komplettkontrolle und die Auslagerung an die verschiedenen ISPs. Ausgehend von den unterschiedlichen Zugängen ergeben sich dann eben auch unterschiedliche Ergebnisse der Bemühungen.

“Centralized filtering regimes require all Internet traffic to pass through the same filters. This results in a consistent view of the Internet for users within the country; all users experience the same degree of filtering. This is most commonly implemented at the international gateway. When filtering is delegated to the ISP level, and hence decentralized, there may be significant differences among ISPs regarding the filtering techniques used and the content that is filtered. In this case, access to Web sites may vary substantially depending on the blocking choices of individual ISPs.“ (Faris, Villeneuve 2008: 16)

Wie in Zusammenhang mit Abbildung 10 bereits erwähnt, gibt es selbstverständlich auch in der Intensität der Zensur Abstufungen. Die ONI hat sich in ihren Untersuchungen auf eine fünfstufige Skala gestützt. Diese war wie folgt unterteilt:

1. Durchdringende Filterung (Pervasive filtering): gekennzeichnet sowohl durch die Tiefe als auch durch die Breite der Filterung ein bestimmtes Themengebiet betreffend.
2. Erhebliche Filterung (Substantial filtering): sehr tiefe oder sehr breite Filterung; Entweder sind also einige spezifische Themen stark zensiert oder eine große Anzahl an Themen auf einem niedrigen Level.
3. Ausgewählte Filterung (Selective filtering): Eine eingeeengte Filterung, die eine kleine Zahl an ganz bestimmten Seiten betrifft oder Zensur, die lediglich eine einzige Thematik betrifft.
4. Vermutete Filterung (Suspected filtering): Verbindungsprobleme lassen auf das Vorhandensein von Filterung schließen. Nähere Analysen konnten diesen Verdacht jedoch nicht zu hundert Prozent bestätigen.
5. Kein Beweis für Filterung (No evidence of filtering): ONI konnte keine Beweise für geblockte, gefilterte oder zensierte Seiten entdecken.

Die exakten (englischen) Formulierungen dieser Skala sind auf der Webseite der ONI abrufbar. Die URL wurde weiter oben bereits angeführt. Der Grund, warum diese fünf Punkte überhaupt in der Arbeit erwähnt und zu diesem Zwecke übersetzt wurden, ist neben der einfacheren Lesbarkeit, die Absicht, einen besseren Einblick in das Feld der Internetzensur zu geben. Diese Aufzählung soll zeigen, dass Zensur eben nicht gleich Zensur ist. Auf diesem Gebiet gibt es viele Abstufungen, existieren zahlreichen verschieden Schattierungen. Die Gesellschaft ist ein dynamisches Gebilde, die Formen der Filterung sind im Grunde denselben Gesetzmäßigkeiten unterworfen. Wie sagte Heraklit einst so schön? *Panta rhei* – alles fließt. Die Menschen bei der ONI sehen das genauso. “We are also observing a recent and tremendously dynamic process. The view we have now may change dramatically in the coming years.” (Faris, Villeneuve 2008: 24)

Anhand der unterschiedlichen Abstufungen was die Ausmaße der Filterung betrifft, haben die Wissenschaftler in Nord-Amerika folgende Grafik erstellt:

Table 1.5
Summary of filtering

	Political	Social	Conflict and security	Internet tools
Azerbaijan	●	—	—	—
Bahrain	●●	●	—	●
Belarus	○	○	—	—
China	●●●	●●	●●●	●●
Ethiopia	●●	●	●	●
India	—	—	●	●
Iran	●●●	●●●	●●	●●●
Jordan	●	—	—	—
Kazakhstan	○	—	—	—
Libya	●●	—	—	—
Morocco	—	—	●	●
Myanmar	●●●	●●	●●	●●
Oman	—	●●●	—	●●
Pakistan	●	●●	●●●	●
Saudi Arabia	●●	●●●	●	●●
Singapore	—	●	—	—
South Korea	—	●	●●●	—
Sudan	—	●●●	—	●●
Syria	●●●	●	●	●●
Tajikistan	●	—	—	—
Thailand	●	●●	—	●
Tunisia	●●●	●●●	●	●●
United Arab Emirates	●	●●●	●	●●
Uzbekistan	●●	●	—	●
Vietnam	●●●	●	—	●●
Yemen	●	●●●	●	●●

●●● Pervasive filtering; ●● Substantial filtering; ● Selective filtering; ○ Suspected filtering; — No evidence of filtering.

Abb. 11 Überblick über die Arten der Filterung

Selbstverständlich ging die ONI weiter und untersuchte die Ausformungen der Internetzensur in den betreffenden Ländern noch im Hinblick auf viele weitere Kategorien. Beispielsweise ob mehr im sozialen oder politischen Bereich gefiltert wird bzw. mehr auf regionale oder globale Themen Wert gelegt wird.

Auch wurden die verschiedenen Arten und Weisen, wie verhindert werden kann, dass die Bevölkerung an bestimmte Informationen gelangt, angeführt. Die technischen Details sind im Rahmen dieser Arbeit allerdings eher vernachlässigbar. Am Ende dieses Kapitels wird aber dennoch jene Grafik angeführt, die Faris und

Villeneuve an den Schluss ihres Abschnitts des Buches gesetzt haben. Sie soll einen groben Überblick über die Ergebnisse der Untersuchung im Hinblick auf die Bereiche, welche die betroffenen Staaten besonders stark kontrollieren, geben.

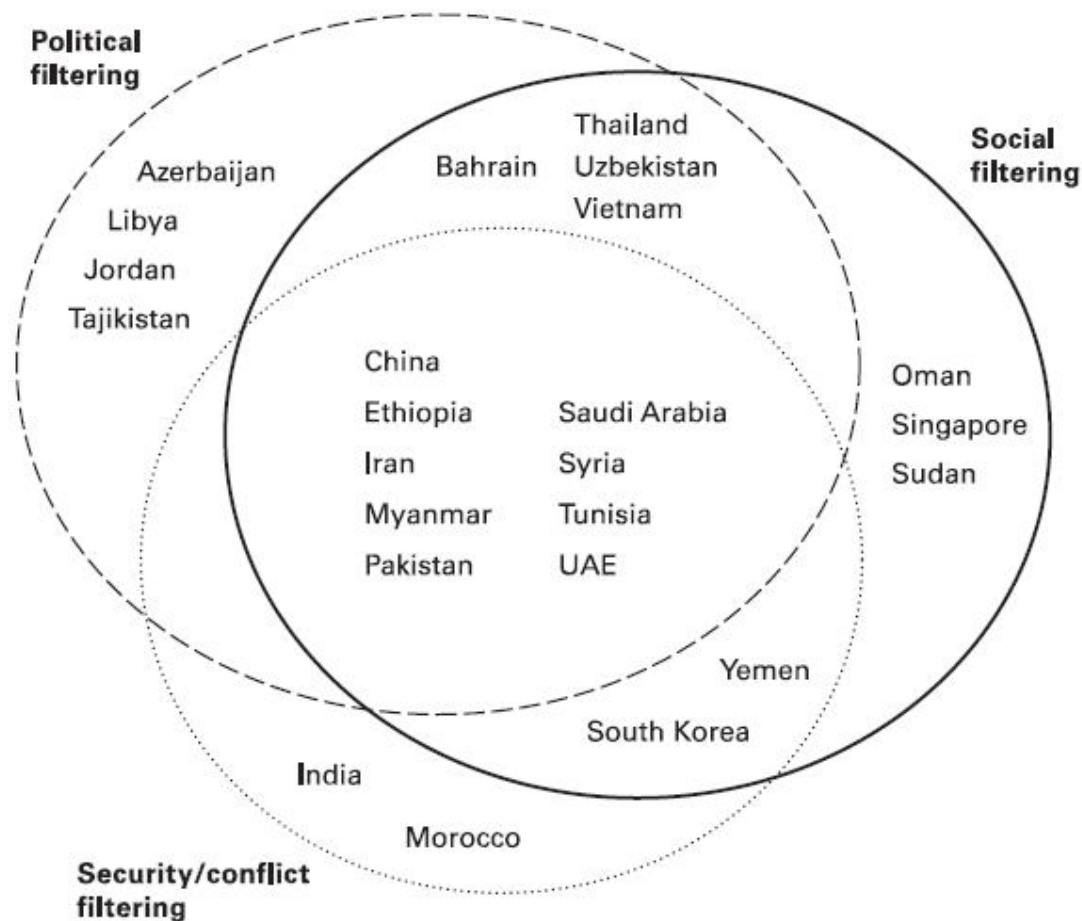


Figure 1.7
Content filtering choices.

Abb. 12 Schnittmenge der Filterung

Nun gibt es Mittel und Wege, die von den jeweiligen Staaten durchgeführte Filterung und Zensur zu umgehen. Menschen wachsen schließlich an Herausforderungen. Und würde es diese Wege nicht geben, dann wären beispielsweise aus dem Iran zur Zeit der grünen Revolution im Jahr 2009 nicht so unglaublich viele Videos und Fotos an die Weltöffentlichkeit gelangt.

Das ändert allerdings nichts an der Tatsache, dass diese Zensur des Internets existiert. Das Bild vom hierarchiefreien und demokratisierenden Internet ist also auch hier etwas zu freundlich gezeichnet.

Die Auswahl der im Abschnitt zuvor näher beleuchteten Beispiele erfolgte aufgrund ihrer Prominenz. Der Iran und die Volksrepublik China sind wichtige Faktoren in der globalen Landschaft und stehen aus diesem Grund öfter im Fokus der Aufmerksamkeit, als dies beispielsweise bei Turkmenistan oder Tadschikistan der Fall wäre. Die Art und Weise, wie sie mit der Medienfreiheit innerhalb ihrer Grenzen umgehen ist deshalb einer genaueren Beobachtung ausgesetzt, als bei anderen Staaten. China und der Iran wurden ausgewählt, um die Problematik pointiert darstellen zu können. Internetzensur ist selbstverständlich auch außerhalb der Landesgrenzen dieser beiden Staaten verbreitet.

Die gewählte Herangehensweise im Falle der zwei zuletzt gewählten Beispiele, Digital Divide und Internetzensur, ist eine äußerst pragmatische. Im weiteren Verlauf der Auseinandersetzung mit der übergeordneten Thematik soll allerdings versucht werden, von der Schwarz-Weiß-Malerei, den Dichotomien und einfachen Erklärungsmustern wegzukommen und ein differenzierteres Bild zu zeichnen. Das Thema an sich ist nämlich viel zu spannend und interessant, um es auf diese doch recht simple Art und Weise abzuarbeiten.

Allerdings: Bei aller Liebe zu differenzierten Herangehensweisen und das Um-die-Ecke-denken ist die Existenz strukturelle Barrieren, die auch mit einem noch so ausgereiften Modell nicht zu umgehen sind, ein Faktum, das nicht geleugnet werden kann und bildet somit einen elementaren Teil der vorliegenden Arbeit. Was nicht da ist, kann ich nicht nutzen.

Wie aber zuvor bereits erwähnt, greift eine rein auf technische Aspekte fokussierte Zugangsweise zu kurz. Die Verbreitung der grundsätzlich notwendigen Technologie ist natürlich ein Punkt, der in den Überlegungen zu dieser Arbeit eine große Rolle spielen muss, damit darf aber noch nicht das Ende des Prozesses erreicht sein. Denn Maschinen bleiben eben lediglich Maschinen, die auf Input warten (grob gesprochen). Hinter diesen Maschinen sitzen aber im Regelfall immer Menschen, die sie bedienen. Und genau auf diese Menschen fokussiert sich die Auseinandersetzung im kommenden Abschnitt der Arbeit, um ihr eine weitere, ungemein wichtige Facette hinzuzufügen. Im weiteren Verlauf sollen nun philosophisch-kulturelle Überlegungen im Mittelpunkt stehen.

8. Gesellschaftstheoretische Überlegungen

Im folgenden Abschnitt bewegt sich die Arbeit weg vom rein technologischen Ansatz der Unterschiede, der Gaps. Ist die Technologieverteilung auch ein wichtiger Aspekt, so greift sie verständlicherweise schlicht und einfach zu kurz. Die soziokulturelle Komponente wird bei einer Fokussierung auf die Technik so gut wie ausgeblendet. Um eine mögliche Entmythologisierung des Internets auf eine möglichst breite Basis zu stellen, ist es allerdings notwendig, die Hypothesen und Theorien um genau jene Ansätze zu erweitern.

8.1 Kulturelles Kapital

Am Anfang stehen die Überlegungen von Pierre Bourdieu. Im Sammelband *Die verborgenen Mechanismen der Macht* versammelt Herausgeberin Margareta Steinrücke *Schriften zu Politik und Kultur* des Franzosen. Darunter findet sich auch ein Beitrag mit dem Titel *Ökonomisches Kapital – Kulturelles Kapital – Soziales Kapital* (einst ein Originalbeitrag zum Sonderband „Soziale Ungleichheiten“ der soziologischen Zeitschrift „Soziale Welt“). In diesem führt Bourdieu, wie der Titel unschwer erahnen lässt, unter anderem den Begriff des „sozialen Kapitals“ ein. Normalerweise, hört man das Wörtchen „Kapital“, schweiften die Gedanken wohl sofort in Richtung der Finanzwelt, wird es doch in diesem Zusammenhang am häufigsten verwendet. Dass diese Ausrichtung zu kurz greift und den Begriff für die sozialwissenschaftliche Forschung auf den ersten Blick etwas diskreditiert, das kritisiert auch Bourdieu: „Dieser wirtschaftswissenschaftliche Kapitalbegriff reduziert die Gesamtheit der gesellschaftlichen Austauschverhältnisse auf den bloßen Warenaustausch, der objektiv und subjektiv auf Profitmaximierung ausgerichtet und vom (ökonomischen) *Eigennutz* geleitet ist.“ (Bourdieu 2005: 50)

Was Bourdieu mit seinem Kapitalbegriff ansprechen will, ist viel mehr die unterschiedliche Verteilung diverser kultureller Fähigkeiten innerhalb einer (funktionierenden) Gesellschaft. Diese Ungleichheit ist es in seinen Augen, die dafür sorgt, dass innerhalb einer Gemeinschaft ein Rädchen ins andere greift.

„Das Kapital ist eine der Objektivität der Dinge innewohnende Kraft, die dafür sorgt, daß nicht alles gleich möglich oder gleich unmöglich ist. Die

zu einem bestimmten Zeitpunkt gegebene Verteilungsstruktur verschiedener Arten und Unterarten von Kapital entspricht der immanenten Struktur der gesellschaftlichen Welt, d.h. der Gesamtheit der ihr innewohnenden Zwänge, durch die das dauerhafte Funktionieren der gesellschaftlichen Wirklichkeit bestimmt und über die Erfolgchancen der Praxis entschieden wird.“ (Bourdieu 2005: 50)

Was bedeutet dieser Ansatz nun für die vorliegende Arbeit? Wie schon im vorangegangenen Abschnitt über die technologischen Unterschiede und die weltweite Ausbreitung des Internets, geht es auch an dieser Stelle schlicht und ergreifend um ungleiche Verteilung. Liegt es bei der technologiezentrierten Herangehensweise eher auf der Hand, warum und weshalb es zu diesen Unterschieden kommen kann, so ist die Frage in soziokultureller Hinsicht etwas schwerer zu beantworten. Eine tiefergehende Auseinandersetzung mit den Überlegungen Bourdieus ist an dieser Stelle deshalb unumgänglich.

8.1.1 Mensch und Maschine

Als Ausgangspunkt dient jene Epoche, in welcher Maschinen die Arbeitsabläufe in den großen Fabriken vereinfachten und die Massenproduktion von Konsumgütern sowie breitflächigen wirtschaftlichen Aufschwung erst ermöglicht haben. Vor der Einführung erwähnter Maschinen war der Arbeitsablauf ein völlig anderer und die Angestellten gingen völlig anders an ihre Aufgaben heran, als sie dies einige Jahre später tun würden. Das nicht Vorhandensein automatisierter Abläufe forderte ein höheres Maß an Konzentration und körperlichem Engagement als die Bedienung einer Maschine. Das Problem bei der Einführung der automatisierten Fabrik war allerdings ein so simples wie gravierendes. Keiner der Arbeiter wusste so richtig, wie er die neuen Gerätschaften zu bedienen hatte. Wie konnte einerseits das letzte Bisschen Produktivität aus sich und der Maschine heraus geholt, und andererseits verhindert werden Opfer eines, durch Unvertrautheit mit der Materie bedingten, Arbeitsunfalls zu werden?

Die Antwort auf diese Frage liegt auf der Hand: durch Übung. Die Arbeiter mussten sich erst mit den großen und unbekanntenen Maschinen vertraut machen. Denn allein die Bereitstellung neuer Produktionstechniken bedeutete noch lange nicht, dass sie

auch in dem ihnen offenbar innewohnenden Sinn verwendet wurden. Auch heute hat sich an diesem Umstand nichts geändert. Durch die unbestrittene Segmentierung der Arbeitswelt sind „Allrounder“ so gut wie ausgestorben. Vielmehr wächst die Anzahl Experten auf ihrem jeweiligen Gebiet. Egal ob es sich dabei um körperliche oder geistige Arbeit handelt. Um das zuvor begonnene Beispiel weiterzuführen, und der Argumentation Bourdieus folgen zu können, bleibt der Fokus noch etwas länger auf dem Beispiel der Fabriken. Es genügt(e) nämlich nicht, lediglich Maschinen zur Verfügung zu stellen. Fabrikbesitzer mussten auch dafür sorgen, dass ihre Bediensteten über das Wissen und die Fertigkeiten verfügten, die Maschinen zu bedienen. Oder wie Bourdieu es, im Sinne seines Kapital-Ansatzes, ausdrückt: „Mit anderen Worten, um Maschinen zu besitzen, genügt ökonomisches Kapital; das ihnen anhaftende wissenschaftlich-technische Kulturkapital bestimmt jedoch ihre spezifische Zwecksetzung; sie können deshalb nur angeeignet werden und angemessen benutzt werden, wenn der Produktionsmittelbesitzer entweder selbst über das erforderlich verinnerlichte Kapital verfügt oder es sich dienstbar zu machen vermag.“ (Bourdieu 2005: 60)

Umgelegt auf diese Arbeit bedeutet die angeführte Überlegung, dass es im Sinne der Sichtbarmachung von Gegenöffentlichkeit im Internet keineswegs reicht, den Zugang zum Internet global gesehen immer weiter auszubauen. Natürlich ist dieser Zugang die Bedingung Nummer eins. Ohne ihn besteht nicht einmal die theoretischen Möglichkeit des gehört Werdens bzw. Hörens. Vielmehr ist es Bourdieus Überlegungen folgend die Fähigkeit, die zur Verfügung gestellte Technologie auch verwenden zu können, die es erst ermöglicht, dass sich die von den traditionellen Medien ausgeschlossenen und somit quasi zur Nichtexistenz verdonnerten Akteure auch wirklich Gehör verschaffen können. Es ist die Beherrschung bestimmter kultureller Fähigkeiten, die ein Individuum dazu ermächtigen, am globalen Informationsaustausch auch in der Produzentenrolle teilzunehmen. Deren Nichtbeherrschung verdonnert es auch dazu, lediglich zu konsumieren, was an der Oberfläche angeboten wird. Existiert das notwendige Rüstzeug nur in rudimentärer Form, so wird das tiefere Eintauchen in den täglich weiter anschwellenden Informationsfluss, der landläufig als Internet bezeichnet wird, immer schwerer und schwerer. Wer also über bestimmtes kulturelles Kapital verfügt, wer bestimmte Fähigkeiten beherrscht, der verbessert laut Bourdieu seine Stellung, seine Position im gesamtgesellschaftlichen Kontext.

„Wer über eine bestimmte Kulturkompetenz verfügt, z.B. über die Fähigkeit des Lesens in einer Welt von Analphabeten, gewinnt aufgrund seiner Position in der Verteilungsstruktur des kulturellen Kapitals einen *Seltenheitswert*, aus dem sich Extraprofite ziehen lassen. D.h., derjenige Teil des Profits, der in unserer Gesellschaft aus dem Seltenheitswert bestimmter Formen von kulturellem Kapital erwächst, ist letzten Endes darauf zurückzuführen, daß nicht alle Individuen über die ökonomischen und kulturellen Mittel verfügen, die es ihnen ermöglichen, die Bildung ihrer Kinder über das Minimum hinaus zu verlängern, das zu einem gegebenen Zeitpunkt für die Reproduktion der Arbeitskraft mit dem geringsten Marktwert erforderlich ist.“ (Bourdieu 2005: 57 - 58)

Verfügen Menschen nicht über das entsprechende Kapital, stellen sich die Aufstiegschancen innerhalb der Gesellschaft im Normalfall als begrenzt dar. Und dieser Umstand führt in weiterer Folge fast unweigerlich zu neuer Armut bzw. dem Verharren der Medienkompetenz auf einem geringen Niveau.

8.1.2 Wenn schlicht und einfach die Zeit fehlt

Dieser Gedankengang wirft unweigerlich die Frage auf, wie es zu einer derartigen Anhäufung von kulturellem Kapital kommen kann - oder was sie schlussendlich verhindert. Bourdieus Ausführungen folgend, mit besonderer Konzentration auf den letzten Abschnitt des vorangegangenen Zitats, ist es im Grunde genommen lediglich eine Frage der Bildung. Und auch in diesem Punkt tun sich wieder, wie könnte es anders sein, Ungleichheiten innerhalb der Gesellschaft auf.

An dieser Stelle wird darauf verzichtet, bildungsbezogene Statistiken einzuarbeiten. Einerseits würde ein derartiger thematischer Ausflug vermutlich die Grenzen der Arbeit sprengen, andererseits sind die angesprochenen Ungleichheiten ohnehin hinlänglich bekannt. Allein die Tatsache, dass Kinder von Akademikern mit einer größeren Wahrscheinlichkeit eine akademische Ausbildung anstreben als jene aus Familien, in denen kein Elternteil den tertiären Bildungsweg eingeschlagen hat, soll deshalb an dieser Stelle als Ausgangspunkt für die folgenden Überlegungen dienen. Die Daten der Statistik Austria zum Thema Studienanfänger belegen diese Einschätzung. Im Jahr 2011 stellte sich das Verhältnis, in diesem Fall (der besseren Leserlichkeit halber) aufgeschlüsselt nach Bildungsgrad von Mutter bzw. Vater, für die österreichischen Universitäten folgendermaßen dar.

Zeit	Schulbildung der Mutter <7>		Zeit	Schulbildung des Vaters <7>	
2011	Pflichtschule	5.554	2011	Pflichtschule	3.999
	Lehre	8.794		Lehre	9.997
	Fachschule (mittlere Schule)	9.053		Fachschule (mittlere Schule)	8.556
	Matura (höhere Schule)	9.569		Matura (höhere Schule)	9.364
	Akademie	5.860		Akademie	3.433
	Universität	10.349		Universität	13.830
	unbekannt	4.169		unbekannt	4.169

Abb. 13 Studienanfänger 2011 nach Bildungsgrad der Eltern

Genau an diesem Punkt setzte Bourdieu bereits 1983 an. Ihm zufolge ist kulturelles Kapital in der Gesellschaft deshalb ungleich verteilt, weil bei dessen vermeintlicher Anhäufung der Faktor Zeit eine wesentliche Rolle spielt. Nun ist aber der Zugang zu Zeit für alle Menschen weltweit (in der Theorie) gleich. Zeit ist kein Gut, zu welchem der Zugang künstlich verknappt werden kann. Zeit ist vorhanden. Dieser rein philosophische Gedanke deckt sich allerdings keineswegs mit der Realität. Denn während manche Teile der Gesellschaft (hier in Anlehnung an Bourdieu „Teil A“ genannt) durch wie auch immer geartete Arbeitsleistungen in einer bestimmten Zeit 100 Finanzeinheiten verdient, werden anderen Teilen der Gesellschaft (Teil B) für den gleichen Aufwand an Zeit lediglich 30 Finanzeinheiten zugesprochen. Teil B muss also drei Mal soviel Zeit aufwenden, um dieselbe Anzahl an Finanzeinheiten anzuhäufen, wie Teil A. Bourdieu führt hier den Begriff des „ökonomischen Kapitals“ ein.

Dieser Umstand bedeutet gleichzeitig allerdings auch, dass Teil A mehr Zeit zur Verfügung hat, die er in Bildung investieren könnte. Teil B hingegen verfügt nicht über einen derartig großen und komfortablen Zeitpolster. Im Falle von Teil A kann somit wesentlich einfacher kulturelles Kapital durch Bildung angehäuft werden. Denn, so Bourdieu: „*Inkorporiertes Kulturkapital* [...] setzt einen *Verinnerlichungsprozeß* voraus, der in dem Maße, wie er Unterrichts- und Lernzeit erfordert, *Zeit kostet*.“ (Bourdieu 2005: 55)

Daraus lässt sich weiters ableiten: „Es ist unmittelbar ersichtlich, daß die zu Erwerb erforderliche *Zeit* das Bindeglied zwischen ökonomischem und kulturellem Kapital darstellt.“ (Bourdieu 2005: 58)

Was das Fehlen von Zeit hinsichtlich der Weitergabe von Werten und Einstellungen innerhalb der Familie betrifft, so liegt es wohl auf der Hand, dass Eltern aus dem Gesellschaftsteil B weniger Zeit investieren können, wenn es darum geht, gemeinsam mit ihren Kindern das in der Schule erlangte Wissen zu vertiefen, die Informationen zu wiederholen und nochmals aufzuarbeiten. Vereinfacht, aber durchaus zutreffend zusammengefasst, bedeutet dies: Mehr Geld, mehr Zeit für Bildung, mehr Zeit für die Familie, mehr kulturelles Kapital. Bourdieu drückt es folgendermaßen aus:

„Oder, genauer gesagt, das kulturelle Kapital, das in Wirklichkeit ja in der Familie weitergegeben wird, hängt nicht nur von der Bedeutung des in der häuslichen Gemeinschaft verfügbaren kulturellen Kapitals ab, das nur um den Preis des Verausgabens von Zeit akkumuliert werden konnte, es hängt vielmehr auch davon ab, wieviel nutzbare Zeit (vor allem in Form von freier Zeit der Mutter) in der Familie zur Verfügung steht, um die Weitergabe des Kulturkapitals zu ermöglichen und einen verzögerten Eintritt in den Arbeitsmarkt zu gestatten. Das in der Familie verfügbare ökonomische Kapital spielt dabei eine entscheidende Rolle. Der so ermöglichte spätere Eintritt in den Arbeitsmarkt gestattet den Erwerb von schulischer Bildung und Ausbildung – ein Kredit, dessen Ertrag nicht, oder jedenfalls nur auf lange Frist garantiert ist.“ (Bourdieu 2005: 72 - 73)

Anhand der Überlegungen von Pierre Bourdieu zum Thema „Ökonomisches Kapital – Kulturelles Kapital – Soziales Kapital“ sollte in diesem Abschnitt dargelegt werden, dass es nicht nur die technologiebedingten Unterschiede sind, die es Meldungen gegenöffentlicher Natur schwer machen, aus dem großen Ganzen des Netzes herausgefiltert zu werden. Es gibt nicht nur technische Zugangsbeschränkungen. Das simple zur Verfügung stellen von Technik reicht nicht, um das komplette Potential des Internets zu entfesseln. Die User müssen schon auch wissen, wie sie sich in den Weiten des Informationsnetzes prinzipiell zurechtfinden können.

Die Fortführung dieses Gedankens bringt die Arbeit an den Rand eines weiteren Themengebiets, welches im Laufe der Recherchen zu dieser Arbeit einen immer größeren Stellenwert eingenommen hat. Denn auch, wenn ein User weiß, wie und wo bestimmte Informationen zu finden sind, so bedeutet dies nicht, dass es sich bei den Verfassern besagter Neuigkeiten um vertrauenswürdige Zeitgenossen handelt.

Das Zurechtfinden im immer dichter und undurchdringlicher werdenden Informationsdschungel erfordert ein gewisses Maß an Vertrauen in seine Quellen bzw. Misstrauen ihnen gegenüber. Diese Punkte – Vertrauen und Medienkompetenz – sollen im kommenden Abschnitt etwas näher beleuchtet werden.

8.2 Die Mär vom Objektivismus und die strukturellen Zwänge

So gut wie jedes Berufsfeld betreffend gibt es gewisse Idealvorstellungen, dieses und jenes Idealbild, welches sich im Laufe der Geschichte in den Köpfen der Menschen festgesetzt hat. Während die Polizei im Normalfall für Recht und Ordnung sorgen soll, sind es die Journalisten, die objektiv über die Vorgänge in unserer Welt berichten sollen. Unvoreingenommen, stets der Wahrheit verpflichtet und unbestechlich. Die Realität sieht jedoch oftmals völlig anders aus, als die Wunschvorstellung. Polizisten sind nicht immer nur Freund und Helfer, und Journalisten bereiten eine Story nicht immer objektiv auf. Teilweise, weil sie es vielleicht nicht wollen. Aber grundsätzlich ist es schlicht und einfach nicht möglich, völlig objektiv an eine Geschichte heranzugehen. Jeder Mensch folgt (in den meisten Fällen unbewusst) bestimmten Prädispositionen. In dem Moment, in dem sich ein Mensch mit einer bestimmten Begebenheit auseinandersetzt, ist dessen Objektivität dahin. Auch wenn er sich noch so sehr bemüht, er kann nicht alle möglichen Perspektiven in seine Berichterstattung einbauen. Er kann nicht allen Konfliktparteien das gleiche Gewicht einräumen. Natürlich, er kann es versuchen. Und der Großteil der weltweit aktiven Journalisten strebt dieses Ideal (hoffentlich) auch an. Erreicht wird es allerdings nie.

„Beobachtung, heißt das, ist nie neutral oder objektiv nachvollziehbar, sondern immer nur mitverstrickt, partizipierend, involviert. – Das Guckkasten-Modell von Beobachtung hat schon Heinz von Foerster ironisch ausrangiert.“ (Schmidt 2003: 51)

Jetzt ist es aber so, dass den etablierten Medienhäusern eher etwas entgegengebracht wird, was sich Verfasser von alternativen Meldungen im Internet in der Regel noch verdienen müssen: Vertrauen. Dieser Punkt wird etwas später in der Arbeit noch behandelt. Die prinzipielle Verteilung von Vertrauen in der Medienwelt mit Vorteilen für die Etablierten kann allerdings wohl getrost als Tatsache angenommen werden. Hackett und Zhao dazu: „Take, for example, one of the

hallmarks of 'objective' reporting – the use of 'appropriate sources' to provide relevant and credible 'facts'. It so just happens that the sources who are available, articulate, convenient and apparently authoritative, are frequently representatives of powerful institutions" (Hackett, Zhao 1998: 142).

Im Allgemeinen kann, wie bereits erwähnt, wohl davon ausgegangen werden, dass in der Berichterstattung der Etablierten zwar bis zu einem gewissen Grad kritisch mit den Herrschenden umgegangen wird, an der grundlegenden Zustimmung zum Status Quo ändert das allerdings nichts. Die Repräsentanten der bekannten Protagonisten in Politik, Wirtschaft, etc. sehen sich im Regelfall einem ungemein größeren Vertrauensvorschuss der Öffentlichkeit gegenüber, als dies bei Akteuren der Gegenöffentlichkeit der Fall ist. Um weiterhin als seriöses Medium gelten zu können, ist es vermutlich auch eher unvorteilhaft, Stimmen von außerhalb des Systems zu viel Gehör zu verschaffen. Die Glaubwürdigkeit dieser Menschen ist eben nicht gesamtgesellschaftlich anerkannt. Hackett und Zhao meinen dazu:

"While it may provide openings for change and dissent, journalism's objectivity regime on the whole provides a legitimation for established ideological optics and power relations. It systematically produces partial representations of the world, skewed towards dominant institutions and values, while at the same time it disguises that ideological role from its audiences. It thereby wins consent for 'preferred readings' ... embedded in the news." (Hackett, Zhao 1998: 161)

Dass es sich bei einer derartigen Vorgehensweise gar nicht unbedingt um wissentlich in Kauf genommene Ausblendung differenzierter Ansichten zu einem bestimmten Problem handelt, liegt auf der Hand. Journalisten sollen an dieser Stelle in keinsten Weise Parteilichkeit und absichtliche Ausblendung gewisser Aspekte vorgeworfen werden. Dass es allerdings gewisse Zwänge gibt, denen Menschen in bestimmten Berufsfeldern unterworfen sind, ist aber nicht von der Hand zu weisen. Objektivität ist und bleibt eine Utopie. "Such 'conservatizing' consequences of objectivity are not necessarily intended, but, given the position of journalism within a structured field of power, neither are they purely accidental: journalism (and media) may be a relatively autonomous field, but it is not a level one on which to play." (Hackett, Carroll 2006: 34)

All diese Überlegungen zur angeblichen Objektivität und der immens schwierigen Orientierung in den Weiten des Netzes führen den roten Faden der Arbeit an dieser Stelle wieder zu Luhmanns Vertrauensmechanismus. Über die Jahre haben sich im Mediengebrauch jeder Person Präferenzen dahingehend herausgebildet, welche Quellen herangezogen werden, welchen Quellen Vertrauen entgegengebracht wird. Potenzielle Neuzugänge von außen haben es in dieser Hinsicht naturgemäß schwer. Das Bekannten wird dem Unbekannten im Großteil der Fälle vorgezogen. Ob vom Alltagstrott/-Stress dazu bewogen oder aufgrund persönlicher Entscheidungen sei in diesem Falle einmal dahingestellt. (Für die Argumentation in diesem speziellen Fall ist dies auch völlig unerheblich.) Der Punkt ist der: Etablierte Quellen werden eher als glaubhaft angesehen, bedienen sich am Ende aber auch nur einer gewissen Bandbreite an Informanten und bilden somit folgerichtig nur einen gewissen Teil der Realität ab. Dieser Teil wurde aber, durch ständige Wiedersichtbarmachung – eben im Rahmen der Berichterstattung der Etablierten – nach und nach zum beinahe unhinterfragten Status Quo. Andere, neue, nichtetablierte Sichtweisen haben es da viel schwerer. Wenn sie dann zusätzlich in einem eher unstrukturierten sowie unkontrollierten und in seinen Grundzügen auch unkontrollierbaren „Medium“ wie dem Internet erscheinen, dann sind sie eben für den Großteil der Bevölkerung alles andere als vertrauenswürdig. „Wieso soll ich dem glauben? Der kann doch irgendwas schreiben.“ Ein im Grunde genommen berechtigter Einwand. Was jene Personen, die einer derartigen Argumentation folgen, allerdings vergessen, ist die Tatsache, dass auch die Etablierten im Grunde genommen „irgendwas“ verbreiten. Natürlich verfügen sie über Kanäle und Strukturen, die oftmals über Jahrzehnte hinweg gewachsen sind. Das ändert allerdings nichts an der Tatsache, dass auch sie nur „irgendwas“ im Sinne von „ein bestimmter Ausschnitt der Realität“ verbreiten. Ein vielschichtiges und annähernd komplettes Bild wird in den seltensten Fällen gezeichnet.

Um hier erneut Missverständnisse zu vermeiden: Das ist keine Wertung hinsichtlich der Arbeit von Journalistinnen und Journalisten, die für die etablierten Medienhäuser dieser Welt arbeiten. Es ist lediglich eine Bestandsaufnahme. Zeitlicher und finanzieller Druck treiben Medienproduzenten heute dazu an, immer mehr in immer kürzerer Zeit auf den Markt zu werfen. Dass dadurch eben stets ein gewisser Aspekt

zu einem gewissen Grad beleuchtet werden kann, liegt in der Natur der Sache. Dass dadurch allerdings eine etablierte Weltsicht perpetuiert und das bestehende System als solches gestärkt wird, liegt ebenso in der Natur eben jener Sache. Stimmen der Gegenöffentlichkeit gehen in dieser medialen Dauerbeschallung zwangsläufig unter, sofern ihr Thema nicht gerade auf der Agenda der Etablierten steht.

Was zur Mär vom Objektivismus hinzukommt, sind wie erwähnt ökonomische und strukturelle Bedingungen, welche in der journalistischen Arbeit (und in jeder anderen Arbeit in Wirklichkeit auch) bestimmte Zwänge ausüben. Hackett und Carroll meinen dazu: „It suggests that the most important form of external influence upon journalism is not explicit and occasional interventions (like an advertiser trying to kill a story, or a source pressing for favourable spin), but rather the long-term re-structuring of the ground rules and routines which shape (relatively autonomous) journalism on a workday basis.“ (Hackett, Carroll 2006: 33)

Neben den grundlegenden Prädispositionen, denen jeder Mensch – und somit auch jeder Journalist – unterworfen ist und die es verhindern, dass über auch nur ein einziges Thema objektiv und völlig ohne von außen darauf einwirkende Faktoren berichtet werden kann, stellen die finanziellen und strukturellen Charakteristika des Medienmarktes eine weitere Einschränkung dar. Journalisten sind eben nur bis zu jenem Grad frei, soweit die Eigentümerverhältnisse des Arbeitgebers dies auch zulassen. Spezifische Meldungen werden demnach in spezifischen Produkten auch spezifisch behandelt. Für Autoren, die außerhalb derartiger Medienhäuser lediglich im Internet aktiv sind, besteht diese Einschränkung nicht. Sie müssen keinem vorgesetzten gegenüber Rechenschaft ablegen (oder zumindest nicht in diesem Ausmaß). Andererseits fehlt ihnen allerdings auch ein Vehikel, um ihre Meinungen zielgerichtet an ein mehr oder weniger ausgewähltes und klar abgegrenztes Publikum zu bringen.

8.3 Recht auf Müßiggang

Um ein anderes, nicht unwichtiges, Charakteristikum des Internets zu beleuchten, ist es nötig, eine weitere Unterteilung vorzunehmen. Auf der einen Seite schleudern uns bestimmte Medientypen Informationen – oder besser gesagt Inhalte – entgegen, ohne dass wir als Rezipienten viel mehr dazu beitragen müssen, als auf einen Knopf

zu drücken und mehr oder weniger aufzupassen. Sie drücken uns die Inhalte quasi in den Kopf. Englisch: to push. Auf der einen Seite steht also die Kategorie der „push-Medien“. Die klassischsten Vertreter sind wohl Fernsehen und Radio. Wurde die Entscheidung für einen Sender und ein gewisses Angebot gefällt, so genügt der zuvor erwähnte Knopfdruck, um das ausgewählte Produkt aufzurufen. Der Rezipient verhält sich überwiegend passiv. Er lässt sich berieseln.

Auf der anderen Seite gibt es Medien, welche vom Rezipienten ein bestimmtes Maß an Aktivität verlangen. Es bedarf einer bewussten, aktiven Beschäftigung und Auseinandersetzung mit medialen Angeboten, um möglicherweise angestrebte Informationen zu erhalten. Der Inhalt will herausgezogen werden. Englisch: To Pull. Deshalb ist in diesem Zusammenhang von sogenannten „pull-Medien“ die Rede. Welche Medien sind dieser Gruppe zuzuordnen? Nun, alles, was einen aktiven Akt der Informationsaneignung voraussetzt. Eine Zeitung beispielsweise, oder ein Buch. Und selbstverständlich das Internet – besser gesagt das World Wide Web.

Sich von Informationen im Internet berieseln zu lassen ist bedeutend schwerer, als es bei den push-Medien der Fall ist. Zu den gewünschten Inhalten zu gelangen erfordert ein höheres Maß an Aktivität, von der Rezeption der Inhalte ganz zu schweigen. Genügt es einerseits, einfach dazusitzen und aufzupassen, erfordert das zweite Feld ein höheres Maß an Aktivität.

Etwaige Überschneidungen, welche sich durch die immer weiter fortschreitende Konvergenz der Rezeptionsapparate in den letzten Jahren ergeben haben und in den kommenden Jahren ergeben werden, sollen an dieser Stelle ausgeklammert werden. Sie werden, vermutlich, immer rasanter werden, bis am Ende nur noch ein einziges Gerät übrig bleibt, für die Überlegungen im Rahmen dieser Arbeit sind diese Vorgänge allerdings so gut wie irrelevant. Selbstverständlich senken sie die Hemmschwelle mancher Rezipienten, an einem Diskurs teilzunehmen – schlicht aus dem Grund, weil es durch die verschmolzenen Geräte einfach wird. An der Grundthese der Informationsvermittlung und ihrer Unterschiede in push- und pull-Medien ändert dieser Umstand allerdings nichts.

Werden beide Gruppen verglichen und wird in diesem Zuge die Frage gestellt, bei welchen Medien es „anstrengender“ ist, an Informationen oder Inhalt zu kommen, dann ist die Antwort wohl völlig klar. Schon Bertold Brecht kannte sie: „Der einzelne

aber wird zwar nach einem Genußmittel von selber greifen, nicht aber nach einem Lehrgegenstand, der ihm weder Verdienst noch gesellschaftliche Vorteile verspricht.“ (Brecht 1927 – 1932: 5)

Verallgemeinert gesagt: Wenn Menschen nach einem langen Arbeitstag in ihre vier Wände zurückkehren, matt und müde von den Anstrengungen der zurückliegenden Stunden, dann ist die Motivation, sich zu Hause – unentgeltlich – mit komplexen Themen und Zusammenhängen auseinanderzusetzen, verständlicherweise eher gering. Und so erfolgt wohl eher der Griff zur Fernbedienung des TV-Geräts, der Mensch zapft zu seiner Lieblingssitcom, blendet die Herausforderungen des Alltags aus und lehnt sich gemütlich zurück. Natürlich kann diese „Ausblendung“ auch mit Hilfe eines Buches, einer Zeitschrift etc. geschehen. Das Beispiel vom TV-Gerät wurde aus Gründen der Anschaulichkeit ausgewählt. Klaus Schönbach beschrieb dieses Verlangen in seinem Text „Das hyperaktive Publikum – Essay über eine Illusion“ folgendermaßen:

„Wir wollen nicht den ganzen Tag schachspielen, Abenteuer im virtuellen Dschungel erleben oder in die Geheimnisse von Datenbanken eindringen. Man könnte es als „Muße“ bezeichnen, der ein wichtiger Teil der Mediennutzung gewidmet ist – Muße, so wie sie Adalbert Stifter 1857 in „Nachtsommer“ definiert hat: „Die Dinge an uns vorüberfließen lassen, wie sie fließen.“ Der Medienpsychologe Peter Vorderer nennt Muße in unserem Zusammenhang: „nichts tun zu müssen“ und dennoch „dabei zu sein.“ (Schönbach 2003: 256-257)

Bereits Anfangs des 20. Jahrhunderts hatte der Philosoph Bertrand Russel einen Gedankengang zu Papier gebracht, den Schönbach in seinem Essay ebenfalls zitiert. Es geht im Grunde genommen darum, dass den Menschen aktive Gestaltung ihrer Freizeit – und dazu zählt natürlich auch der Mediengebrauch – wieder schmackhaft gemacht werden soll. Angesichts des historischen Zeitpunkts, zu dem Russel das folgende Zitat getätigt hat, umweht es natürlich der Dunst des Klassenkampfes. Nichtsdestotrotz soll es hier angeführt werden.

„In seinem Essay „Lob des Müßiggangs“ schrieb er [Bertrand Russel, Anm. d. Verf.]: „Die Unterhaltung der Stadtbewohner ist überwiegend passiv geworden: Man sieht sich Filme an, geht zu Fußballspielen, hört Radio und so fort. Das ergibt sich aus der Tatsache, dass ihre aktiven Kräfte völlig absorbiert werden; bei mehr Muße [Russel schlägt eine vierstündige Tagesarbeitszeit vor, Anm. d. Verf.] würden sie auch wieder an Unterhaltungen Vergnügen finden, bei denen sie aktiv mitwirken ...

Wenn die Menschen nicht mehr müde in ihre Freizeit hineingehen, dann wird es sie auch bald nicht mehr nach passiver und geistloser Unterhaltung verlangen.“ (Schönbach 2003: 256)

Dieser Argumentation folgend lässt sich durchaus ein weiterer Grund dafür finden, warum gegenöffentliche Darstellungen im Internet, im Vergleich zu den Informationen der Etablierten wenig Chance haben, eine breite Masse an Rezipienten zu erreichen. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass das Internet den pull-Medien zuzurechnen ist, und es anstrengender ist, auf diesem Weg zu Informationen zu kommen, als sich von Fernsehen und Rundfunk damit berieseln zu lassen. Wobei, berieseln ist an dieser Stelle vielleicht das falsche Wort. Wenn sich ein Informationssuchender an Fernsehen und Rundfunk wendet, dann weiß er in der Regel, wann auf welchem Sender Nachrichten, Dokumentation, Diskussionen und ähnliche Inhalte zu finden sind. Eine herausgebildete Routine. Im Internet muss ein ungleich höheres Aktivitätslevel an den Tag gelegt werden, um an relevante Informationen zu kommen. Sie sind zwar, im Unterschied zu Radio und TV, 24 Stunden am Tag abrufbar, allerdings steht vor der Rezeption noch der Akt des Suchens. Und auch wenn bekannt ist, wie diese Suche funktioniert und wo sie hinführen wird, ist sie mit mehr Aufwand verbunden, als ein simpler Druck auf einen Knopf einer Fernbedienung.

Aber: Beide Gruppen sind für das Funktionieren einer stabilen Demokratie sowie die Erhaltung des friktionsfreien Zusammenlebens innerhalb der Gesellschaft unverzichtbar. Schönbach meint dazu: „Es ist nicht die Bequemlichkeit des Medienpublikums an sich. Gelegentlicher Rückzug von den Anforderungen des Alltags ist nicht nur legitim, sondern unabdingbar.“ (Schönbach 2003: 259)

Diesem Gedankengang folgend, erhärtet sich der Verdacht, dass es entsprechende Gruppen im Netz eben noch schwerer haben, sich Gehör zu verschaffen. Ist es auf der einen Seite schon nicht unbedingt einfach, Menschen dafür zu begeistern, sich mit den Themen der Etablierten über die ohnehin per TV und Rundfunk einfach zu erlangenden Informationen hinaus zu beschäftigen, so besteht für Gegenöffentlichkeit dieser Grundstock in den meisten Fällen überhaupt nicht. Es ist kein Aufmerksamkeitsfundament vorhanden, auf welchem aufgebaut werden könnte.

8.4 Vertrauen und Kompetenz

Das Informationsangebot in den Weiten des Netzes kann, wie bereits erwähnt, ohne Übertreibung als Überangebot bezeichnet werden. Die Datenmengen, die im Prinzip jeden Tag 24 Stunden lang zum Abruf bereit stehen, übersteigen das Vorstellungsvermögen der Durchschnittsbevölkerung wohl gleich um einige Kategorien. Dass dadurch leicht der Überblick verloren geht, ist mehr als verständlich. Angesichts des Überangebots erscheint es eher unklar, wo mit einer Recherche begonnen werden soll und wo relevante Informationen zu finden sind. Brecht widmete sich diesem Phänomen bereits in seiner Radiotheorie. Er kritisierte vor allem die seiner Meinung nach entstehende Beliebigkeit und brachte es folgendermaßen auf den Punkt: „Ein Mann der etwas zu sagen hat und keine Zuhörer findet, ist schlimm dran. Noch schlimmer sind Zuhörer daran, die keinen finden, der ihnen etwas zu sagen hat.“ (Brecht 1927 – 1932: 2)

Die Suche nach jemandem, der etwas, für sich persönlich Relevantes, zu sagen hat, ist besonders im Internet eine ungemein anstrengende. Die im Laufe der Arbeit (weiter)entwickelten Gedankengänge verdeutlichen dies. Zu viel Information, zu viel potentielle Selektionsarbeit, zu wenig Zeit, teilweise zu wenig kulturelles Kapital, teilweise nicht vorhandene Zugangsmöglichkeiten. Es ist nicht gerade einfach. Durch diese unglaubliche Vielfalt an Sichtweisen und der sich durch das Internet bietenden Möglichkeit, diese auch kundzutun und zu rezipieren, ist es natürlich leicht, den Überblick und die Orientierung zu verlieren. Durchaus leichter machen es einem da die traditionellen (push-) Massenmedien. Sie treffen eine Vorauswahl und präsentieren ein Potpourri an (höchstwahrscheinlich) relevanten Themengebieten und Nachrichten. Was den „Informationserwerb“ über altbekannte Kanäle betrifft, so kann getrost auf die im Laufe seines Lebens erlernten Routinen zurückgegriffen werden. Krotz beschreibt dies folgendermaßen:

„Zudem entsteht ein neues Relevanzproblem: Für den Nutzer stellt sich verstärkt die Frage, ob offerierte Informationen und angetragene mediatisierte Kommunikation überhaupt von irgendwelcher Relevanz sind. Wenn man im außermedialen Alltag Kommunikate nahe gelegt bekommt, verfügt man über Routinen, wonach man entscheiden kann, ob und warum man sich darauf einlässt oder nicht – im Internet sind diese zu Teil nicht mehr anwendbar, zum Teil greifen sie nicht oder zu spät. Der Nutzer kann sich nicht mehr auf das Verstehen, Verarbeiten und Verwenden von Kommunikation beschränken, er muss sich schon im Voraus entscheiden, auf welche Kommunikation er sich einlässt.“ (Krotz 2007: 106)

8.5 Reduktion von Komplexität

Welche Funktion die etablierten Massenmedien unter anderem für die Gesellschaft übernehmen, lässt sich also ganz einfach in drei Wörtern zusammenfassen: Reduktion von Komplexität. Sie treffen eine Vorauswahl, bereiten die Themen auf, portionieren sie meist in leicht verdauliche Happen und präsentieren sie abschließend mund- bzw. kopfgerecht. Selbstverständlich gibt es im Feld der Massenmedien auch hier Abstufungen. Während in der Tagespresse beispielsweise eher die unbedingte Aktualität im Zentrum steht und dadurch die Bereitstellung von Hintergrundinformationen aus unterschiedlichen Gründen (beispielsweise das Diktum der Kürze) nicht in einem befriedigenden Ausmaß möglich ist, tun sich die Protagonisten der Wochenpresse und jene des Onlinesektors da schon leichter. Die Planung des Layouts und die Gewichtung der Themen sind flexibler. Andererseits besteht die Gefahr, dass jenes Thema, dem in der Auf- und Ausarbeitung große Aufmerksamkeit gewidmet wurde, beim Erscheinen des Druckwerks schon überhaupt nicht mehr auf der Agenda der Gesellschaft steht. Dem Aktualitätsgedanken noch ein wenig mehr hinterherjagend sind Nachrichtensendungen im Rundfunk. Hier haben die Mitwirkenden schlicht und einfach noch etwas mehr Möglichkeiten, flexibel auf Geschehnisse und Entwicklung des Tages oder der letzten Stunden zu reagieren. Natürlich ist dieses reagieren auch für Internet-User möglich. Dass das Netz allerdings zur Reduktion der Komplexität beiträgt, kann wohl verneint werden.

Die Reduktion der Komplexität bleibt den etablierten Massenmedien vorbehalten. Eines soll an dieser Stelle allerdings schon klar gestellt werden: In dieser Arbeit soll die Agenda-Setting-Hypothese in keiner Weise als der Weisheit letzter Schluss dargestellt werden. Denn sie greift schlicht und einfach zu kurz. Dieser Umstand ist in der Fachrichtung zwar längst bekannt, dennoch soll noch kurz darauf eingegangen werden.

Die Agenda-Setting-Hypothese wurde erstmals von Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw aufgestellt und hatte ihren Premiereneinsatz im Rahmen einer Untersuchung zur amerikanischen Präsidentschaftswahl 1968. (Weitere Details zu finden bei Burkart 2002: 248 ff.) Die Studienautoren fassten ihre Überlegungen folgendermaßen zusammen: „While the mass media may have little influence on the direction or intensity of attitudes, it is hypothesized *that the mass media set the*

agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes toward the political issues.“ (McCombs, Shaw 1972; zitiert nach Burkart 2002: 249) Auf eine simple Verkürzung herunter gebrochen besagt die Hypothese also, dass die Massenmedien mit ihrer Berichterstattung verantwortlich dafür sind, worüber sich die Rezipienten Gedanken machen, worüber sie diskutieren und womit sie sich beschäftigen. Dass dieser Ansatz das Phänomen der Massenkommunikation nicht in seiner Vollständigkeit erfassen und beschreiben kann, liegt auf der Hand.

Um es ganz kurz zu machen: Manchmal greift der Ansatz, manchmal greift er nicht. Manche Rezipienten sind dafür empfänglich, manche eben nicht. „Die Medienagenda beeinflusst die Rezipientenagenda für *einige* Rezipienten, für andere nicht; bei *einigen* Themen, bei anderen nicht; zu *einigen* Zeitpunkten, zu anderen nicht.“ (Brosius 1994: 278f. – nach Winterhoff-Spurk 2001: 148)

Die Reduktion von Mediennutzern auf simple und passive Rezipienten, die blind einer zuvor gelegten Spur aus informationstechnischen Brotkrumen folgen, deckt also einen viel zu kleinen Bereich der Rezipientenforschung ab. Auch wenn sie in gewissen Situationen durchaus ihre Richtigkeit hat. Es handelt sich wohl vielmehr um ein System aus Wechselwirkungen. Ohne im weiteren Verlauf näher darauf einzugehen, soll ein Zitat von Roland Burkart erklären, was damit gemeint ist. „So wurde erkannt, daß nicht nur das themenspezifische Interesse die Mediennutzung steuert, sondern auch umgekehrt die Rezeption eines Themas das Interesse daran hervorrufen kann (Atkin, Galloway, Nayman 1976; zitiert nach Burkart 2002: 253)

Dass durch die Miteinbeziehung weiterer Faktoren das Bild, wie man sich nun wo, weshalb und vermittelt durch wen überhaupt informiert bzw. informieren kann, wird dadurch natürlich nicht klarer. Im Gegenteil, es verschwimmt zusehends.

„Die gesellschaftlich verfügbare Komplexität ist überwältigend groß. Der einzelne kann sie daher nur nutzen, wenn sie ihm in schon reduzierter, vereinfachter, zurechtgemachter Form angeliefert wird. Er muß, mit anderen Worten, sich auf fremde Informationsverarbeitung stützen und verlassen können. Er weiß, wer weiß, wie der Motor seines Wagens funktioniert, wie seine Gastritis am besten behandelt wird; er mißtraut zwar den Zeitungen, aber nimmt doch an, daß ihre Neuigkeiten wenigstens Neuigkeiten sind; ...“ (Luhmann 2000: 66 - 67)

Trotz dieser Schwierigkeiten, sich ein kohärentes Bild der Welt zu machen, bleibt die Notwendigkeit, sich zu informieren, dennoch bestehen. Vorausgesetzt, die Bereitschaft zur Teilnahme an gesellschaftlichen Abläufen besteht überhaupt, bleibt nichts anderes übrig, als dennoch zu versuchen, die für sich und sein Umfeld relevanten Sachverhalte aus der Informationslawine herauszufiltern. Da diese Herkulesaufgabe allerdings auf gar keinen Fall im Alleingang erledigt werden kann, bleibt nur die Zusammenarbeit mit anderen Individuen bzw. eben Nachrichteninstanzen. Dies ist allerdings kein Spezifikum der heutigen Informationsgesellschaft. Dieses Phänomen gab es bereits weitaus früher. In, wie Niklas Luhmann sie nennt, „einfachen Sozialordnungen“ (Luhmann 2000: 60) wurde dies durch die Berufung auf „religiös fundierte Annahmen über wahres Sein, Natur und Übernatur, durch Mythos, Sprache und Naturrecht.“ (Luhmann 2000: 60) bewerkstelligt. Die Welt wurde als gegeben hingenommen, eine übergeordnete Macht lenkte die Geschicke der Menschheit. Alles, was zu tun blieb, war, sich seinem Schicksal zu ergeben und sein Leben in den vorher gesteckten Bahnen so gut es geht zu meistern. „Das heißt, rechte Ordnung wurde als normativ gegeben und vertraut vorausgesetzt. Insoweit war die Welt menschlicher Disposition entzogen, ihre Komplexität als schon reduziert vorausgesetzt. Unpersönliche Formen des Vertrauens waren nicht erforderlich.“ (Luhmann 2000: 60)

Allerdings waren in diesen Kulturen bereits Vorformen des heutigen, medial vermittelten Informationsflusses zu sehen. Denn wenn doch einmal Fragen über, bzw. Zweifel am Lauf der Welt auftauchten, so traten die Eliten, die Wissenden, die Anführer, in den Vordergrund. Luhmann dazu: „Wo eine Vermittlung und Deutung dieser Weltordnung nötig war, nahm sie den Weg über die Autorität von Göttern, Heiligen oder wissenden Interpreten, denen wie einer Person vertraut wurde.“ (Luhmann 2000: 60)

Deutungen wurden also schon damals gewissen Personengruppen überlassen. Jenen Teilen der Gesellschaft, denen in den jeweiligen Zusammenhängen das größte Vertrauen entgegengebracht wurde. Und damit wären wir bei einem Ansatz angelangt, der äußerst wichtig ist, wenn man über die Potentiale und Grenzen von Gegenöffentlichkeit im Internet nachdenken will: dem Vertrauensmechanismus nach Niklas Luhmann.

8.6 Der Vertrauensmechanismus

Es ist unmöglich, alle informationstechnischen Selektionen auf der Basis von persönlich angeeignetem Wissen, selbst durchzuführen. Instanzen, die sich zwischen „Realität“ und individuellen Erfahrungshorizont einklinken, und die Lawine an Informationen im Vorfeld zumindest ein wenig ausdünnen, sind unabdingbar. Dass dies keine Propagierung des Agenda-Setting-Ansatzes sein soll, wurde einige Seiten zuvor bereits angemerkt. Tatsache ist allerdings, dass die Informationsvermittlung heute zu einem überwiegenden Großteil über massenmedial vermittelte Inhalte geschieht. Wie die etablierten Medien selektieren und welche Wechselwirkungen mit Rezipienten bestehen, ist nicht Subjekt dieser Arbeit. Dass diese Wirkungen existieren, das steht allerdings außer Frage. Journalisten sind eben auch lediglich ein Teil der Gesellschaft und können aus diesem Grund, wie ebenfalls weiter vorne bereits erwähnt, nie vollständig objektiv an die sich auftuende Themenvielfalt herangehen.

Dennoch müssen sie es zumindest versuchen. Manchen Menschen ist es dabei dann durchaus wichtig, ein bestimmtes Ereignis aus so vielen Blickwinkeln wie möglich zu betrachten, für andere hat dies vermutlich wiederum nicht unbedingt Priorität. Die Frage, die sich in diesem Zusammenhang auftut, lautet: Wem vertraue ich? Welcher Instanz, welchem Medienhaus, den Mitarbeitern welches Mediums traue ich am ehesten zu, ein Phänomen in all seiner Komplexität abzubilden (sofern das eben möglich ist)? Eine heikle Angelegenheit, sind im Normalfall die Vermittler von Wissen und Informationen, die Protagonisten der gewählten Quelle, nicht persönlich bekannt. Luhmann dazu:

„System ist dieses Wissen nicht etwa im Sinne einer logisch geschlossenen Zusammenstellung von Sätzen, sondern im Sinne einer Ordnung kommunikativen Verhaltens, die eine gewisse Sorgfalt und Beachtung bestimmter Regeln bei der Auswahl und Verwendung von Prämissen einer Mitteilung sicherstellt. Jeder verläßt sich beim Bezug solchen Wissens darauf, daß im System genug Kontrollen der Zuverlässigkeit eingebaut sind und daß diese Kontrollen unabhängig von persönlichen Motivationsstrukturen der jeweils Beteiligten funktionierten, so daß er diejenigen, die das Wissen erarbeitet haben, nicht persönlich zu kennen braucht.“ (Luhmann 2000: 69)

Bei der Frage, warum gerade bestimmten Instanzen mehr Glaubwürdigkeit zugewillt wird, als dies bei anderen der Fall ist, muss Luhmann dann allerdings

zugeben: „Von welchen Faktoren dieses Vertrauen in Experten im einzelnen abhängt, wissen wir nicht.“ (Luhmann 2000: 69)

Die Wahl der präferierten Quelle hat wahrscheinlich viel mit dem persönlichen Umfeld zu tun. Sozialisation, Vorbilder, Anti-Vorbilder, dies alles spielt in diesem Aspekt vermutlich zusammen. Es handelt sich hierbei um eine durchaus interessante Fragestellung. Leider kann sie im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht weiter verfolgt werden. Das würde zu weit führen. Dass Informationsquellen aufgrund in sie gesetzten Vertrauensausgewählt werden, steht aber wohl außer Frage. Burkart befasste sich ebenfalls mit den Wechselwirkungen von medial vermittelter Information und individueller Kommunikation, und kam zu folgendem Schluss:

„Interpersonelle Kommunikation ist eine wichtige Alternative zur medialen ‚Befriedigung‘ politischer Orientierungsbedürfnisse. Sie beeinflusst direkt die Mediennutzung und damit indirekt auch das relative Wirkungspotential der Tagespresse und des Fernsehens. Umgekehrt verstärkt das Fehlen eines ausgeprägten Netzwerkes interpersoneller Kommunikation über politische Themen die Abhängigkeit von den Medien als Quelle politischer Information, was wiederum die Wahrscheinlichkeit von Medienwirkungen erhöht.“ (Hügel/Degenhart/Weiß 1992, S. 157; zitiert nach: Burkart 2002: 253)

Im weiteren Verlauf von Luhmanns Argumentation zeigt sich, dass es sich bei der Aneignung von Informationen um eine Kombination von an der an Experten delegierte Reduktion von Komplexität als, wie er es nennt, „kooperatives Handeln“ und der (vermutlich) aus dem persönlichen Umfeld erwachsenen Präferenzen im Sinn von „koordiniert ablaufendem Einzelhandeln“ (Luhmann 2000: 30) handelt. Die Tatsache, dass ein Mensch alleine nicht alles wissen kann und fehlendes Wissen nicht ausnahmslos selbst erarbeiten werden kann, führt dazu, dass einerseits Experten der Vortritt gelassen wird – in der Hoffnung darauf, dass sie ihre Arbeit gut machen – die Menschen handeln kooperativ. Durch diese Zusammenarbeit ergeben sich im Idealfall Handlungsmöglichkeiten, die sich ohne diese Kooperation nicht ergeben. Allerdings passiert alles auf der Basis von unterschiedlichen Zuständigkeitsbereichen innerhalb des Systems der Informationsvermittlung. Andererseits bewegen sich Menschen in einer sozialen Umgebung, zu der eine gewisse Vertrautheit, ein gewisses Vertrauen, aufgebaut wurde. Und diese Umgebung konstituiert sich im Endeffekt durch koordiniert ablaufendes Einzelhandeln – und gibt somit lediglich bestimmte Informationen an ihre Mitglieder

weiter. Komplexität wird reduziert. „Koordiniert“ meint in dem Sinn, dass sich im Großen und Ganzen stets Menschen zu Gruppen zusammenschließen, deren Ansichten sich zumindest ähneln. Wären sie vollkommen ident, so würde dies Stillstand bedeuten. Und koordiniert in dem Sinn, als dass sich die Gruppe, die Umgebung, stets mit neuen Einflüssen von außen auseinandersetzen und, als Gruppe, darauf reagieren muss. Auch wenn dies im Regelfall wohl nicht bewusst geschieht, so ist diese Dynamik nicht von der Hand zu weisen. Dass beide Dynamiken allerdings nicht getrennt voneinander betrachtet werden können, sollte an dieser Stelle bereits klar sein. Auch die Redukture der Komplexität sind im Endeffekt nichts anderes, als Teil und Produkt einer bestimmten sozialen Umgebung. Fest steht aber: „In den beiden genannten Beispielen: kooperatives Handeln und koordiniert ablaufendes Einzelhandeln, erschließt Vertrauen durch Reduktion von Komplexität Handlungsmöglichkeiten, die ohne Vertrauen unwahrscheinlich und unattraktiv geblieben, also nicht zum Zuge gekommen wären.“ (Luhmann 2000: 30)

Im Laufe der Zeit entwickelte sich zu bestimmten Instanzen der Informationsvermittlung ein besonderes Verhältnis. Die jeweiligen Medienprodukte und deren Protagonisten erarbeiten sich einen Vertrauenspolster, der im Alltag eher anwächst, als reduziert zu werden. Es bildet sich eine Struktur heraus, anhand derer sich Menschen durch den Informationsdschungel manövrieren können. Manchmal klappt das besser, manchmal weniger gut. Im Großen und Ganzen wird der eingeschlagene Weg aber, selbstverständlich mit eventuellen Einschränkungen, weiter verfolgt. Die persönliche Wahl hat sich im überwiegenden Großteil der Fälle bewährt, kleinere Dellen vermögen das gewachsene Verhältnis nicht ernsthaft zu gefährden. Eine Spur von selektiver Wahrnehmung und in Kauf genommene Fehlinterpretation sichert der Vertrauensinstanz dabei eine Ausnahmestellung zu. Denn: „Nicht jede Information gefährdet oder zerstört dabei das Vertrauen. Die Vertrauensperson genießt einen gewissen Kredit, in dessen Rahmen auch ungünstige Erfahrungen zurechtinterpretiert oder absorbiert werden können.“ (Luhmann 2000: 37)

War es in der Zeit vor dem Aufstieg des Netzes noch einfacher, sich eine Quelle herauszupicken, so wird dieser Vorgang aufgrund der Spezifika des Internets tagtäglich etwas schwerer. Das am Anfang des Kapitels erwähnte Überangebot trägt einen großen Teil dazu bei. Was allerdings auch nicht vergessen werden darf, sind

eben die Vertrauensverhältnisse mit den etablierten Massenmedien aus dem Prä-Netz-Zeitalter. Die Art und Weise, wie heute Informationen vermittelt werden, stellen diese Verhältnisse aber oftmals auf eine harte Probe. Oder mit den Worten Luhmanns: „Die ausdifferenzierten Medien der Kommunikation, ihre Sprache und ihre Symbole, bringen neuartige Risiken mit sich und stellen damit Vertrauensprobleme neuer Art. Es wird nun bewußt, daß die Kommunikation von Menschen gemacht wird und auf Menschen wirkt, ohne durch die invariante Natur des Richtigen oder durch gute persönliche Bekanntschaft gesichert zu sein.“ (Luhmann 2000: 62)

Dieser Umstand verunsichert. Wie soll ich mich in der Welt zurechtfinden, wenn ich nicht weiß, wer es ernst mit mir meint und wer lediglich an der Verwirklichung seiner persönlichen Vorstellungen und Wünsche arbeitet? Vertrauen in etwas Neues aufzubauen ist meist eine äußerst komplizierte, langwierige und schwierige Aufgabe. Was die Position neuer Informationskanäle bzw. Ansichten zusätzlich erschwert, ist die Tatsache, dass sie im persönlichen Umfeld mit einem womöglich schlechten Ruf zu kämpfen haben. Einen Ruf der Unzuverlässigkeit, der Subjektivität. Mediale Berichterstattung und ihr interpersoneller Austausch darüber waren schon immer sozialer Kit. Und das werden sie wohl auch bleiben. Egal, wie sehr sich die Medienwelt auch verändert, das Bedürfnis der Menschen, sich mit möglichst Gleichgesinnten zu umgeben, wird nicht verschwinden, nur weil sich der Mediensektor, wie alles andere um ihn herum auch, weiterentwickelt und die technische Konvergenz immer weiter fortschreitet.

„Der andere Mensch hat originären Zugang zur Welt, könnte alles anders erleben als ich und kann mich daher radikal verunsichern.“ (Luhmann 2000: 6)

Menschen werden also eher versuchen, in ihrer Wohlfühlzone zu verharren. Das Auseinanderbrechen seines unmittelbaren sozialen Umfeldes ist für den überwiegenden Großteil der Menschen wohl ein beängstigender Gedanke. Dementsprechend klein soll das Risiko gehalten werden, dass dieses Auseinanderdriften passiert. Was bei der Festigung und immer wieder neuen Herausbildung der Gemeinschaft hilft, ist der zuvor erwähnte soziale Kit. Medien und die Gespräche über ihre Darstellungen bilden dabei einen elementaren Bestandteil dieses Kits. Was dies alles mit den Potentialen und Grenzen von Gegenöffentlichkeit im Internet zu tun hat?

8.6.1 Der schwere Stand der Außenseiter

Nun, der Weg vom sozialen Kit und dem Vertrauen in die Etablierten hin zur Gegenöffentlichkeit im Internet ist gar nicht so weit, wie es vielleicht den Anschein macht. Denn die Tatsache, dass gegenöffentliche Informationen eben aus Kanälen abseits des Mainstreams kommen, macht sie für den überwiegenden Großteil der Mediennutzer (oder Menschen generell) weniger glaubwürdig. Siehe dazu auch Punkt 8.2 – Die Mär vom Objektivismus und die strukturellen Zwänge.

Die Protagonisten sind weniger vertrauenswürdig, als jene, die Abend für Abend über den Fernsehschirm flimmern und uns in kurzen Beiträgen darüber informieren, was in den vergangenen Stunden auf der Welt denn alles so passiert ist. Worauf sich die Akteure der Gegenöffentlichkeit im Vergleich mit ihren Pendanten von den Etablierten nicht stützen können, ist ein, über Jahrzehnte hinweg aufgebautes, Vertrauen. Dieses Vertrauen ist dabei weniger an Personen, als viel mehr an Institutionen gekoppelt. Selbstverständlich kein Bild in schwarz und weiß gemalt werden. Frei nach dem Motto: Etablierte = Unwahrheit; Gegenöffentlichkeit = nichts als die Wahrheit. Das funktioniert weder in die eine, noch in die andere Richtung und ist schlichtweg falsch. Tatsache ist aber, dass kein Medienakteur ein Phänomen in seiner komplexen Gesamtheit überblicken und behandeln kann. Dass einige Aspekte, die in manchen Fällen vielleicht ohnehin unwichtig, in anderen Fällen aber elementar für das Verständnis der Vorgänge wären, unter den Tisch fallen. Ob dies absichtlich und mit vollem Bewusstsein sowie Wissen über die Konsequenzen passiert, oder ob die jeweiligen Akteure keine Kenntnisse darüber haben bzw. den betreffenden Aspekt zwar schon in die Berichterstattung einbauen wollten, dies aufgrund von Platz-, Zeit- oder Geldmangel nicht möglich war, ändert dabei nichts an der prinzipiellen Unkomplettheit – und gezwungenermaßen auch Subjektivität.

Diskussionen über diesen Umstand bzw. die Hereinnahme gegenöffentlicher Informationen in eine laufende Auseinandersetzung mit einem Thema, an welcher mehrere Personen beteiligt sind, stellen einerseits Konfliktpotential dar. Abweichler und Andersdenkende haben es in einer homogenen Masse meist schwerer, sich Gehör zu verschaffen. In diesem Sinne bedeutet der Faktor Gegenöffentlichkeit in Hinblick auf den sozialen Kit Gefahrenpotential. Statt sozialem Kit sind die Informationen sozialer Sprengstoff. Andererseits können Diskussionen, auf einem

vernünftigen und von gegenseitigem Respekt geprägten Niveau geführt, sehr wohl auch sozialer Kit sein. Die Integrierung neuer Informationen, die ein wenig am etablierten Weltbild und der vorherrschenden Meinung kratzen, kann für eine Gruppe durchaus von Vorteil sein, weil sie zur Erweiterung des Horizonts beitragen. Sie sorgen dafür, dass sich die Gruppe, wie groß diese auch immer sein mag, weiterentwickelt, dass sie agil bleibt.

Um aus diesem Umstand Nutzen ziehen zu können, bedarf es allerdings der Bereitschaft, sich zu öffnen. Einflüssen von außen, Standpunkten und Sichtweisen aus der Sphäre der Gegenöffentlichkeit muss gestattet werden, ein Teil des Diskurses zu werden. Wird diese Erlaubnis erteilt, so bietet das Internet ein schier endloses Reservoir an alternativen Informationen. Beiden Seiten, sowohl die Sichtweise der Etablierten als auch die Ansätze der Gegenöffentlichkeit soll Gehör geschenkt werden, beide in den persönlichen Meinungsbildungsprozess mit einbezogen werden. Das Internet bietet dafür die perfekten Voraussetzungen, denn die Information, die den eigenen Standpunkt zurechtrückt, ist vielleicht nur einen Klick entfernt.

Was allerdings weiterhin ein wichtiger Faktor im Umgang mit Medien, egal aus welcher Richtung die Meldungen kommen, bleibt, ist jener der Kontrolle. Es macht keinen Unterschied, ob eine Nachricht aus dem Radiolautsprecher tropft oder ob sie selbst in den Weiten des Netzes aufgespürt wurde, kritische Distanz und eine gesunde Portion Misstrauen sollten immer mit von der Partie sein. Dass nicht immer die Zeit, die Muße oder das Wissen vorhanden sind, diese Kontrolle auch durchzuführen, liegt dabei auf der Hand. Kein Mensch auf der Welt verfügt über dermaßen viel Zeit, Wissen und Motivation.

„Schließlich erfordert die Kontrolle des Systemvertrauens in zunehmendem Maße Fachwissen. Für das Geldwesen und die Wahrheit liegt das auf der Hand. Selbst eine abgekürzte Prüfung von Indizien der Vertrauenswürdigkeit ist hier nur dem Kenner möglich. Aber auch ein Abschätzen politischer Kräfte und Entwicklungen erfordert heute ein absorbierendes Maß von Detailkenntnissen, hauptsächlich von Personen-, Rollen- und Organisationskenntnissen, die sich nur durch aktive Teilnahme am politischen Prozeß erwerben lassen. Praktisch kann Vertrauenskontrolle also nur im Hauptberuf ausgeübt werden. Alle anderen müssen sich auf die hauptberuflich Kontrollierenden verlassen und leben damit notgedrungen an der Peripherie des Geschehens.“
(Luhmann 2000: 77)

Somit rückt wieder das Systemvertrauen in den Mittelpunkt, der Kreis schließt sich. Vertrauen muss erarbeitet werden. Was das betrifft, haben die Etablierten der Gegenöffentlichkeit einiges voraus. Besonders in historischer Hinsicht. Wie kann allerdings an diesen Verhältnissen etwas gerüttelt werden?

9. Plädoyer für Medienkompetenz

Im Verlaufe der Recherchen für und der Fertigstellung dieser Arbeit, kristallisierte sich immer öfter eine Frage heraus: Kann gesteigerte Medienkompetenz dazu beitragen, die Potentiale von Gegenöffentlichkeit im Internet (nicht nur, aber dort besonders) zu steigern? Würde beispielsweise die Einführung eines Unterrichtsfaches „Medienkompetenz“ oder auch „Medienordnung“ oder ähnliches, mündige Konsumenten und Produzenten im weltweiten Informationsnetz schaffen?

Diese Frage dürfte wohl mit einem klaren „Ja“ zu beantworten sein. Denn wenn Kenntnisse darüber, wie Informationen zu Informationen werden und warum manche Standpunkte es nicht in die Berichterstattung bestimmter Etablierter schaffen, vermittelt werden, wenn aufgezeigt wird, wo alternative Informationen aufzutreiben sind, dann sollte das im Idealfall dazu führen, dass Neugier geweckt wird und diese Möglichkeiten auch genutzt werden. Ein Überblick darüber wird vermittelt, wie das Mediensystem funktioniert, welche Unternehmen hinter welchen Angeboten stehen, was wiederum das Verständnis davon steigern könnte, warum bestimmte Anbieter eine bestimmte Erklärung zu aktuellen Geschehnissen bieten, als andere Anbieter. Den überwiegenden Großteil der Informationen, die das gesellschaftliche Leben beeinflussen, beziehen die Menschen heutzutage aus den Medien. Davon ausgenommen sind natürlich Dinge, die lediglich eine Person selbst und eine Handvoll Menschen um sie herum betreffen. Dinge, die sich ausschließlich in einem sozialen Mikrokosmos abspielen, dessen Berührungspunkte mit dem großen Ganzen so gut wie nicht vorhanden bzw. irrelevant sind. Deshalb ist es eigentlich grob fahrlässig, dass ein Fach wie „Medienkompetenz“, „Medienpädagogik“ oder „Medienkunde“ bis heute nicht den Weg in den Regelstundenplan aller Schulen gefunden hat. Die Einführung eines derartigen Faches hätte zur Folge, dass die Mediennutzer der Zukunft mündiger und kritischer wären. Ein weiterer Schub für alternative Informationen wäre vermutlich die Folge. Oder es wäre zumindest wünschenswert.

Eine weitere Auseinandersetzung mit dieser Fragestellung wäre ohne Zweifel äußerst interessant und könnte den einen oder anderen fruchtbaren Gedanken zu Tage fördern. Leider würde sie an dieser Stelle aber auch die Grenzen der vorliegenden Arbeit sprengen. Sie bietet sich somit für weiterführende Forschung geradezu an.

10. Resümee

Nach den knapp 100 Seiten ist nun die Zeit gekommen, ein Resümee zu ziehen. Welche Antworten hat die Arbeit hinsichtlich der eingangs an- und aufgestellten Überlegungen bzw. Fragestellungen liefern können?

Zensur

Vieles davon dreht sich um den Gedanken, oder besser gesagt um die Vermutung, dass Gegenöffentlichkeit im Internet schnell an ihre Grenzen stößt. Nehmen wir beispielsweise die Zensur durch den jeweiligen Staat, das jeweilige Regime. Es ist für die Machthaber ein Leichtes, den Zugang zum Netz im Allgemeinen oder auch nur die Verfügbarkeit gewisser Seiten bzw. Dienste einzuschränken oder gänzlich zu blockieren. Es ist kein Ding der Unmöglichkeit, genau zu bestimmen, wem die Möglichkeit zugestanden wird, seine Ansichten zu verbreiten. Die dargelegten Beispiele betreffend Iran und China haben diesen Umstand gut verdeutlicht. Es liegt aber auch in der Natur des Menschen, ihm in den Weg gelegte Hürden und Steine zu überwinden. Je restriktiver die Zensur auf technischer Ebene wird, desto kreativer werden die davon Betroffenen, wenn es darum geht, Wege zu finden, diese zu umgehen. Oftmals entsteht durch die Bemühungen dieser Menschen auch für die Allgemeinheit anwendbarer technischer Fortschritt. Gänzlich wird es also vermutlich nie möglich sein, die Kommunikation im Internet zu kontrollieren. Abgesehen natürlich von der Option, salopp ausgedrückt, den Stecker zu ziehen.

Kurz gesagt: Die Möglichkeiten der Zensur sind vielfältig, die Möglichkeiten sie zu umgehen allerdings ebenfalls. Dazu braucht es aber Menschen, die über das entsprechende technische Know How verfügen und sich von den etwaigen Konsequenzen nicht abschrecken lassen. Die Gegenöffentlichkeit ist also auf Menschen angewiesen. Die reine Zur-Verfügung-Stellung der technischen Möglichkeiten bewirkt noch lange keinen Umbruch in den Informations- und Kommunikationsbemühungen.

Technische Voraussetzungen

Was bei all diesen Überlegungen nicht vergessen werden darf, ist die Tatsache, dass der Zugang zum Internet weltweit gesehen äußerst ungleich verteilt ist. Besonders in Entwicklungsländern bzw. in –regionen besteht die Möglichkeit, zu jeder Zeit online unterwegs zu sein, lediglich für eine kleine Elite. Alle Anderen müssen sich mit temporärem Zugang zufrieden geben, oder verfügen in keinster Weise über die Möglichkeit, ins Netz zu gehen. Gegenöffentliche Initiativen haben in diesen Regionen also noch weit weniger Chancen, andere Wahrheiten an die Gesellschaft zu adressieren, als dies in hochentwickelten Ländern der Fall ist.

Kurz gesagt: In vielen Regionen der Welt können gegenöffentliche Initiativen gar nicht auf Gehör im Internet und damit gesteigerte Aufmerksamkeit der Gesellschaft hoffen, da schlicht und einfach der Zugang, also die technischen Voraussetzungen, fehlt.

Unübersichtlichkeit

Ein weiterer Faktor, der es für gegenöffentliche Darstellungen, aber im Grunde genommen auch für alle anderen Informationen, ungemein schwer macht, im Internet auf Gehör zu stoßen, ist die beinahe unerfassbare Größe des Netzes. Die Unmengen an Daten, die in jeder Sekunde rund um den Globus geschickt werden, sind für einen einzelnen Menschen nicht zu überblicken. Um sich in den Weiten des Netzes zurechtzufinden und Informationen abseits des Mainstreams herausfiltern zu können, bedarf es eines großen Maßes an Motivation und Medienkompetenz. Die beherrschenden Faktoren im Netz sind längst (beinahe ohne Ausnahme) die finanzkräftigsten. Phänomene wie Wikipedia bilden eine wohlthuende Ausnahme, im Großen und Ganzen kann die Vorstellung des hierarchiefreien und anarchischen Kommunikationsraumes Internet aber getrost als gescheiterte Utopie abgehakt werden. Es besteht zwar für jeden User immer noch unbestritten die Möglichkeit, zu jeder Zeit jeglichen Inhalt zu veröffentlichen, den er sich vorstellt, eine breite Öffentlichkeit wird er dadurch aber nicht zwangsläufig erreichen.

Kurz gesagt: Die schieren Ausmaße des Webs und seine Funktionsweise als pull-Medium machen es für gegenöffentliche Inhalte beinahe unmöglich, von sich aus eine breite Masse an Menschen zu erreichen.

Symbole und die richtige Zeit

Womit wir beim nächsten Punkt wären. Als Musterbeispiel bzw. Initialzündung im Bereich Gegenöffentlichkeit im Internet wurde eingangs der Konflikt der Neo-Zapatistas in Chiapas mit der mexikanischen Regierung etwas näher beleuchtet. Auf der Suche nach Antworten auf die Frage, warum gerade diese Auseinandersetzung und die weltweite Mobilisierung der Öffentlichkeit einen derart prominenten Stellenwert in der Geschichte innehat, traten im Laufe der Recherchen zahlreiche Faktoren ans Tageslicht, die mit dem Internet an sich so gut wie nichts zu tun haben. Abgesehen davon, dass es sich bei dem, vom damaligen mexikanischen Außenminister so bezeichneten, „Krieg im Internet“ um die weltweit erste Dynamik dieser Art gehandelt hat und die Regierung deshalb völlig unvorbereitet damit konfrontiert wurde, spielte vor allem die geschickte Inszenierung der Neo-Zapatistas, und da besonders die Figur des Subcomandante Marcos, eine ungemein große Rolle. Eine mit Symbolen aufgeladene Politik und öffentliche Inszenierungen lenkten die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit immer wieder nach Chiapas. Natürlich fiel dies leichter, nachdem die globale Gemeinschaft ihre Aufmerksamkeit zum ersten Mal auf Mexiko gerichtet hatte. Und natürlich war dieser Umstand auch ein Verdienst der Aufständischen, die sich mit einem spektakulären Aufstand, der just zum Zeitpunkt der NAFTA-Verhandlungen begann, in den Fokus der weltweiten Öffentlichkeit gehievt hatten. In der jüngeren Vergangenheit war diese Vorgehensweise bei den Unruhen in Brasilien während des FIFA Confederations Cups im Juni 2013 zu sehen. Die globale Aufmerksamkeit war aufgrund des Sportereignisses ohnehin auf Brasilien gerichtet. Die Menschen dort nutzten dieses gesteigerte Maß an weltweitem Interesse, um sich und ihre Forderungen zu präsentieren und gleichzeitig den internationalen Druck auf die nationale Regierung zu erhöhen. Bei den Neo-Zapatistas waren die NAFTA-Verhandlungen das Äquivalent zu diesem international beachteten Ereignis.

Kurz gesagt: Es genügt nicht, seine Botschaft in die Weiten des Netzes zu senden. Dort wird sie mit allergrößter Wahrscheinlichkeit in den Unmengen an Daten untergehen. Vielmehr ist es wichtig, die Dynamiken der öffentlichen Inszenierung zu nutzen. Das Internet verstärkt so gesehen also lediglich Strömungen, die in der Gesellschaft bzw. den Medien ohnehin vorhanden sind. Es bietet gegenöffentlichen Darstellungen in diesem Zusammenhang zwar eine größere Bühne, aufbereitet muss diese Bühne aber außerhalb des Netzes werden.

Existenzbedingung

Womit wir beim nächsten wichtigen Punkt wären. Wenn von Potentialen und Grenzen von Gegenöffentlichkeit im Internet die Rede ist, dann ist eine elementare Begriffsklärung ungemein wichtig. Denn: Was steckt in dem Wort Gegenöffentlichkeit? Richtig: Öffentlichkeit. Die Gegenöffentlichkeit benötigt die Öffentlichkeit, um sich überhaupt als Gegenöffentlichkeit etablieren zu können. Daran ändert auch die Struktur des Internets nichts. Eine Information erhält erst dann gegenöffentlichen Charakter, wenn es eine entsprechende Öffentlichkeit dazu gibt. Nun kann natürlich behaupten werden, dass Gegenöffentlichkeit global zu denken ist und sie somit immer existiert, quasi systemimmanent ist. Daran ist im Prinzip nichts auszusetzen. In kommunikationswissenschaftlicher Hinsicht ist dieser Ansatz allerdings zu schwammig und hilft bei der Einschätzung der Potentiale und Grenzen im Internet nicht weiter. Um Öffentlichkeit zu generieren, sind betroffene Akteure, eben auf die etablierten Medien angewiesen. Erst wenn das gelingt, kann sich Gegenöffentlichkeit auch als solche manifestieren.

Kurz gesagt: Ohne Öffentlichkeit keine Gegenöffentlichkeit. Aufgrund seiner umfassenden Beliebigkeit schafft das Internet für sich alleine stehend allerdings keine Öffentlichkeit.

Vernetzung

Was keinesfalls außer Acht gelassen werden darf, ist die prinzipielle Verwirklichung von Brechts Theorie. Das Internet ist der von ihm geforderte Kommunikationsapparat und in seinen Grundzügen absolut hierarchiefrei. Es ermöglicht Menschen, sich auf

äußerst unkomplizierte Art und Weise zu vernetzen. Räumliche und zeitliche Distanzen spielen im Netz keine Rolle. Gleichgesinnte können ihre Probleme direkter miteinander besprechen und Informationen weitestgehend komplikationslos austauschen. Darin liegt auch, wie immer wieder gut zu beobachten ist, sein größtes Potential für gegenöffentliche Initiativen.

Kurz gesagt: Die grundlegenden Strukturen des Internet sind ein Segen für gegenöffentliche Initiativen. Da das Netz aber nicht als alleiniges Phänomen betrachtet werden kann, sondern mehr oder minder ein Spiegelbild der Gesellschaft darstellt, hat es die Gegenöffentlichkeit abseits der jeweils internen Vernetzung eben trotzdem schwer.

Gesellschaftliche Dynamiken

Öffentlichkeit wird einerseits von Menschen geschaffen, die sich an ihre Zeitgenossen wenden, um ihre Gedanken kundzutun. Wenn sich allerdings die etablierten Medien nicht wirklich für diese intendierte Öffentlichkeit interessieren, so wird sie im gesellschaftlichen Diskurs nicht vorkommen. Deshalb haben es gegenöffentliche Ansichten auch so schwer, überhaupt noch Gehör zu finden, wenn die Mainstreammedien einem Thema nicht mehr die dafür notwendige Aufmerksamkeit angedeihen lassen. Bei der gesellschaftlichen Agenda handelt es sich jedoch um ein durch komplexe Wechselwirkungen entstandenes Feld. Nicht die Medien bringen eine Thematik auf das Tableau, dafür ist vielmehr eine gesellschaftliche Dynamik verantwortlich. Denn schlussendlich sind die Akteure der Medien ebenfalls nichts anderes, als Teil der Gesellschaft. Das sahen auch die Neo-Zapatistas so. Ihrer Meinung nach war ein Faktor ihres großen Erfolges die Tatsache, dass es in Mexiko zu der Zeit schlicht und einfach gärte, dass den Menschen etwas unter den Fingernägeln brannte und sie mit ihren Bemühungen einen Nerv getroffen hatten.

Kurz gesagt: Gegenöffentlichkeit im Internet braucht eine Welle der öffentlichen Wahrnehmung, auf der sie reiten kann. Eine gesellschaftliche Strömung, in der ihre Darstellung wichtig ist und Gehör findet. Ist dieser fruchtbare Boden nicht vorhanden, wird das Internet ihr aber auch nicht zu einem größeren Rezipientenkreis verhelfen können.

Vertrauen

Was ebenfalls nicht vergessen werden darf, ist der Faktor des Vertrauens. Etablierte Medienakteure haben sich in den vergangenen Jahrzehnten eine mehr oder minder treue Rezipientenschaft erarbeitet. Warum und wieso dabei unterschiedliche Menschen unterschiedliche Angebote nutzen, hat größtenteils mit ihrer Sozialisation zu tun. Hat sich ein Akteur einen gewissen Grad an Vertrauen erarbeitet, dann kann diese Position so gut wie nicht mehr verspielt werden. Es handelt sich um eine langjährige Beziehung zwischen, stark vereinfacht gesagt, Sender und Empfänger. Gegenöffentliche Angebote im Internet stammen meist von Quellen, die unbekannt sind, deren Wahrheitsgehalt und deren Mehrwert für die eigene Lebenswelt nicht über Jahre und Jahrzehnte hinweg evaluiert und analysiert werden konnte.

Kurz gesagt: Das Vertraute ist immer vertrauter, als das Unvertraute. Gegenöffentlichkeit im Internet fällt tendenziell in die Kategorie des Unvertrauten und hat es deshalb schwerer, als die Ansichten und Einschätzungen der Vertrauten.

Medienkompetenz und kulturelles Kapital

Abschließend soll die Wichtigkeit einer ausgeprägten Medienkompetenz nochmals betont werden. Es ist natürlich schön und gut, wenn Informationen vorhanden sind, die gesellschaftliche Dynamik sich gerade in eine günstige Richtung entwickelt und die grundsätzlichen technischen Gegebenheiten vorhanden sind. Diese Faktoren im Zusammenspiel bedeuten allerdings noch lange nicht, dass die gegenöffentlichen Darstellungen auch den Großteil der Gesellschaft erreichen. Denn es ist essenziell, mit den zur Verfügung stehenden Technologien auch umgehen zu können. Was hilft ein Computer, wenn das Wissen über Funktionsweise und korrekte Bedienung fehlt? Was hilft die unendliche Weite des Netzes, wenn nicht bekannt ist, wo nach relevanten Informationen gesucht werden muss? Um Nachrichten richtig einordnen zu können, ist es ebenfalls hilfreich, zu wissen, wer sie warum veröffentlicht hat. Wenn die Dynamiken und (Abhängigkeits)Verhältnisse, welche die Medienlandschaft prägen, bekannt sind, kann ein klarerer Überblick über die medialen Angebote entstehen. Um diesen Überblick aber überhaupt grundlegend erlangen zu können, ist es auch wichtig, die zur Verfügung stehenden Technik auf entsprechende Art und Weise zu beherrschen. Inwieweit jemand über dieses Potential verfügt, ist durch eine

Vielzahl von Faktoren bestimmt, die Bourdieu unter dem Terminus „kulturelles Kapital“ zusammenfasst. Um das Internet auf emanzipatorische Art und Weise zu verwenden, ist es unabdingbar, zumindest über ein Mindestmaß an besagtem Kapital zu verfügen. Dieses ist naturgemäß innerhalb der unterschiedlichen gesellschaftlichen Schichten auch in unterschiedlicher Dichte vorhanden.

Kurz gesagt: Gesteigerte Medienkompetenz aufseiten der Rezipienten erhöht die Chancen der gegenöffentlichen Informationen, auch auf Gehör zu stoßen. Verfügt ein Mensch über das Wissen hinsichtlich der Existenz alternativer Sichtweisen, so legt dieser eher die Bereitschaft an den Tag, über seinen Horizont hinauszublicken und bewusster nach diesen alternativen Informationen zu suchen. Die Einführung eines entsprechenden Unterrichtsfaches wäre demnach zu begrüßen. Die ungleiche Verteilung von kulturellem Kapital könnte sich im Zuge dieser Einführung auf längere Sicht hin gesehen durchaus zum Positiven verändern.

Der Verstärker und der Spiegel

Werden die Grundaussagen der vorliegenden Arbeit ein letztes Mal zusammengeführt, so ergibt sich folgendes Bild. Das Internet hat auf sich alleine gestellt nicht die Macht, Themen auf eine öffentliche Agenda zu setzen. Nur weil prinzipiell die Möglichkeit besteht, dass jeder Mensch mit Zugang zum Netz seine Botschaft loswerden kann, so bedeutet dies noch lange nicht, dass die Veröffentlichung auch auf reges Interesse stoßen muss. Gegenöffentlichkeit ist in ihren grundlegenden Wesenszügen auf die große Schwester, die Öffentlichkeit angewiesen. Ohne Öffentlichkeit keine Gegenöffentlichkeit. Das Internet, oder genauer gesagt sämtliche Massenmedien, fungieren so gesehen wohl eher als Verstärker einer ohnehin bereits in Gang gesetzten Dynamik. Einer der ersten Vertreter dieser Sichtweise war Joseph T. Klapper. Bereits 1960 stellte er, „nachdem er etwas 1.000 einschlägige Studien gesichtet hatte“ (Burkart 2002, 217), fest,

„daß persuasive Massenkommunikation in der Regel jene Einstellungen, Meinungen und Verhaltensdispositionen *verstärkt*, über welche die Rezipienten bereits verfügen, daß sie dagegen in den seltensten Fällen die Umkehrung von Einstellungen herbeiführt und daß sie sich als wirksam im Hinblick auf die Bildung von Einstellungen und Meinungen bei Themen erwiesen hat, zu denen die Rezipienten noch keine Meinung besitzen.“ (Burkart 2002, 217)

Diese Aussage deckt sich mit den in dieser Arbeit angestellten Überlegungen zum Internetnutzungsverhalten. Sowohl im Allgemeinen als auch speziell im Hinblick auf die Gegenöffentlichkeit. Solange die oftmals zitierte gesellschaftliche Strömung eine Geschichte nämlich nicht aufgreift und in die Öffentlichkeit spült, finden sich zu bestimmten Themenkomplexen immer nur jene Menschen zusammen, die ohnehin bereits dafür sensibilisiert sind. Die Massenmedien scheinen wirkungslos zu sein. Das Internet ob seiner im Laufe der Arbeit präsentierten Eigenschaften sogar noch wirkungsloser. Die unendliche Beliebigkeit, welche in den Weiten des Netzes vorherrscht, schafft eher Nischen als dass sie es fertigbringen würde, die Öffentlichkeit von sich aus auf ein bestimmtes Thema aufmerksam zu machen.

Im Falle der Neo-Zapatistas waren es die Proteste und die im Zuge der NAFTA-Verhandlungen gegenüber Mexiko ohnehin bereits gesteigerte Weltöffentlichkeit, welche ausgenutzt wurden, um sich Gehör zu verschaffen. Im Rahmen der Grünen Revolution im Iran können die massiven Massendemonstrationen und die von der internationalen Gemeinschaft im Vorfeld ohnehin beobachteten Präsidentschaftswahlen als quasi „Transportmittel“ der Gegenöffentlichkeit in Richtung Fokus der Aufmerksamkeit genannt werden. Bei den Studierendenprotesten waren es wohl die Hörsaalbesetzungen sowie die Demonstrationen. In allen Fällen gäbe es, in allen Fällen kam den Aktivisten die Struktur des Netzes zu gute, wenn es darum ging, sich untereinander effektiv zu vernetzen. Die Öffentlichkeit hätte davon allerdings keine Notiz genommen, wären gleichzeitig nicht auch die medienwirksamen Großereignisse über die Bühne gegangen.

Aber zurück zu Klapper und seiner Verstärkerhypothese. Seine Kritiker hatten in den vergangenen 53 Jahren natürlich genügend Zeit um seine Ansätze, die hier lediglich verkürzt aber dennoch adäquat dargestellt wurden (mehr Informationen bei Burkart 2002: 215 ff.), zu analysieren und zu kritisieren. Unter anderem bemängelten sie, „daß die vielen von ihm gesichteten empirischen Befunde bloß kurzfristige Wirkungen untersuchten, während sich die tatsächlichen Konsequenzen von Massenkommunikation erst längerfristig manifestieren würden.“ (Burkart 2002: 218)

Burkart relativiert die Kritik an Klapper auf eine für die Arbeit besonders zutreffende Art und Weise. Er meint:

„Bei aller Kritik an den Klapperschen Einschätzung ist festzuhalten, daß er den Medien ja keineswegs Wirkungslosigkeit attestiert hatte (das geschah – wie erwähnt – ausschließlich durch seine Exegeten), sondern daß er sich vor allem gegen die monokausale Sichtweise in der Wirkungsforschung wandte und vorschlug, in den Massenmedien Einflußgrößen zu sehen, die immer erst innerhalb eine Gesamtsituation ihr Wirkungskraft entfalten. Und diese Position ist auch heute noch in der Wirkungsforschung aktuell.“ (Burkart 2002: 218-219)

Vor dem Hintergrund, dass selbst Subcomandante Marcos im Rückblick auf den großen Erfolg des neo-zapatistischen Aufstandes meinte, man hätte einfach eine Zeit erwischt, in der es innerhalb Mexikos ohnehin bereits gegärt hätte, erscheint Klappers Verstärkerhypothese im Kontext dieser Arbeit noch ein Stück plausibler.

Kurz gesagt: Das Internet vereinfacht zwar, wie zuvor bereits einige Male erwähnt, die Vernetzung Gleichgesinnter auf zuvor ungeahnte Art und Weise. Ähnlich denkende Menschen, egal wie viele hunderte Kilometer zwischen ihnen liegen, können sich in Echtzeit austauschen. Bestimmte Prozesse bekommen dadurch einen neuen Grad an Dynamik. Neue Diskurse werden durch das Internet aber keinesfalls ins Licht der Aufmerksamkeit gerückt. Das Netz ist, so wie im Grunde alle anderen Medien der Massenkommunikation es sind, ein Spiegelbild der Gesellschaft. Besonders an seiner Oberfläche. Selbstverständlich sind Informationen permanent verfügbar – im Gegensatz zu Radio, TV, Zeitung etc. Reine Verfügbarkeit bedeutet aber eben noch lange nicht, dass die vertretenden Standpunkte auch gehört werden.

Literaturverzeichnis

aboutweb.org (o.J.): www.aboutweb.org

Barboza, David (2010): Web-Obsessed Chinese Find the Internet Mirrors Life; The New York Times-Beilage zur Tageszeitung „Der Standard“; 3. Mai 2010.

Bork, Henrik (2010): Google: Rückzug aus China – „Den Menschen wird die Zensur bewusst“; <http://www.sueddeutsche.de/digital/google-rueckzug-aus-china-den-menschen-wird-die-zensur-bewusst-1.1858>

Brecht, Bertold: Radiotheorie 1927 – 1932; in Haas, Hannes; Langenbucher, Wolfgang, R. (2005): Medien- und Kommunikationspolitik, Ein Textbuch zur Einführung; Wien: Braumüller.

Bourdieu, Pierre (2005): Die verborgenen Mechanismen der Macht; Hamburg: VSA-Verlag.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft; Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag.

Castells, Manuel (2005): Die Internet-Galaxie; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Costa, Sérgio (2004): Der Kampf um Öffentlichkeit: Begriffe, Akteure, politische Dynamiken. In: Gabbert, Karin; Gabbert, Wolfgang; Goedeking, Ulrich; Hoffmann, Bert; Huffs Schmid, Anne; Koschützke, Albrecht; Krämer, Michael; Müller-Plantenberg, Urs, Ströbele-Gregor, Juliana (Hrsg.): Medien und ihre Mittel, Analysen und Berichte – Lateinamerika Jahrbuch 28; Münster: Westfälisches Dampfboot.

Dahrendorf, Ralf (2005): Aktive und passive Öffentlichkeit. Über Teilnahme und Initiative im politischen Prozess moderner Gesellschaften; in Haas, Hannes; Langenbucher, Wolfgang, R.: Medien- und Kommunikationspolitik, Ein Textbuch zu Einführung; Wien: Braumüller.

De Huerta, Marta Durán (2001): Yo Marcos. Gespräche über die zapatistische Bewegung; Hamburg: Nautilus.

Dussel Peters, Enrique (2004): Mexiko: Fox im Wunderland – oder Krise *as usual*? In: Gabbert, Karin; Gabbert, Wolfgang; Goedeking, Ulrich; Hoffmann, Bert; Huffs Schmid, Anne; Koschützke, Albrecht; Krämer, Michael; Müller-Plantenberg, Urs,

Ströbele-Gregor, Juliana (Hrsg.): Medien und ihre Mittel, Analysen und Berichte – Lateinamerika Jahrbuch 28; Münster: Westfälisches Dampfboot.

Digital Divide Insitute (o.J.): <http://www.digitaldivide.org/digital-divide/digitaldividedefined/digitaldivide.html>

Focault, Michel (2005): Schriften, Vierter Band. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Gardiner, Michael (2000): Crotoqies of Everyday Life; London/New York: Routledge.

Hackett, Robert A., Carroll, William K. (2006): Remaking Media: The Struggle to Democratize Public Communication (Communication and Society); London/New York: Routledge Chapman & Hall.

Hackett, Robert A., Zhao, Yuezhi (1998): Sustaining Democracy? Journalism and the Politics of objectivity; University of Toronto Press.

Hall, Stuart (1981): Notes on deconstructing the popular; in Samuel, Raphael (Hrsg.): People's History and Socialist Theory; London: Routledge and Kegan, 227-240.

Hernández Navarro, Luis (2009): Chiapas: la otra guerra de tinta e Internet; La Jornada; (<http://www.jornada.unam.mx/2009/12/01/opinion/017a2pol>)

Hoffbauer, Andreas (2010): Baidu.com – Chinesische Suchmaschine ist der Lachende Dritte. (<http://www.handelsblatt.com/technologie/it-tk/it-internet/baidu-com-chinesische-suchmaschine-ist-der-lachende-dritte/3346756.html>)

Hofmann, Bert (2004): Zwischen Exklusion und Demokratisierung: Internet und Öffentlichkeit in Lateinamerika. In: Gabbert, Karin; Gabbert, Wolfgang, Goedeking, Ulrich, Hoffmann, Bert; Huffs Schmid, Anne; Koschützke, Albrecht; Krämer, Michael; Müller-Plantenberg, Urs, Ströbele-Gregor, Juliana (Hrsg.): Medien und ihre Mittel, Analysen und Berichte – Lateinamerika Jahrbuch 28; Münster: Westfälisches Dampfboot.

Hoy, David Couzens (2004): Critical Resistance. From Poststructuralism to Post-Critique. Cambridge/London: MIT Press.

ITU-Bericht (2011): <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/>

ICTFactsFigures2011.pdf

Kerkeling, Lutz (2006): La Lucha Sigue! [Der Kampf geht weiter!] EZLN – Ursachen und Entwicklungen des zapatistischen Aufstands; Münster: UNRAST-Verlag.

Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Luhmann, Niklas (2000): Vertrauen. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH.

Marcos, Subcomandante (2008): Botschaften aus dem lakandonischen Urwald; Hamburg: Nautilus.

Meyer, Thomas (1992): Die Inszenierung des Scheins. Voraussetzungen und Folgen symbolischer Politik; Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Plake, Klaus; Jansen Daniel; Schuhmacher, Birgit (2001): Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet, Politische Potenziale der Medienentwicklung; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

ONI-Selbstbild (o.J.): <https://opennet.net/about-oni>

Pumhösl, Alois (2012): Mohammed-Film als neuer Grund für Irans Netzblockade; Google soll künftig nicht mehr zugänglich sein; „Der Standard“; 25. September 2012.

Ronfeldt, David; Arquilla, John; Fuller, Graham E.; Fuller, Melissa (1998): The Zapatista Social Netwar in Mexico; Santa Monica CA: RAND.

Schmidt, Siegfried J. (2003): Geschichten & Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus; Reinbeck bei Hamubrg: Rohwolt.

Schönbach, Klaus (2003): Das hyperaktive Publikum – Essay über eine Illusion; in Langenbucher, Wolfgang R.: Elektronische Medien, Gesellschaft und Demokratie; Wien: Braumüller.

Spehr, Christoph (2001): Gegenöffentlichkeit – in Haug, Wolfgang (Hrsg.): Historisch kritisches Wörterbuch des Marxismus, Band 5, Gegenöffentlichkeit bis Hegemonialapparat, Hamburg: Argument.

Statistik Austria (o.J.):

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/formales_bildungswesen/universitaeten_studium/index.html

Teuthorn, Christina (1999): From: Zapatistas. To: Öffentlichkeit. Subject: Revolution. Der Einfluss des Internet auf Konfliktprozesse am Beispiel des Chiapas-Konflikts; Diplom.de; Diplomarbeit an der Ludwig-Maximilians-Universität München, Abgabe: September 1999.

Visser, Corinna (2010): Rückzug – Google knickt in China ein; <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/rueckzug-google-knickt-in-china-ein/1871314.html>

Wilson, Kristina; Ramos, Yanelli, Harvey, Daniel (o.J.): Google in China – „The Great Firewall“; <https://web.duke.edu/kenanethics/CaseStudies/GoogleInChina.pdf>

Winter, Rainer (2008): Widerständige Sozialität im postmodernen Alltagsleben: Das Projekt der Cultural Studies und die poststrukturalistische Diskussion; in Thomas, Tanja (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln; Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Winterhoff-Spurk, Peter (2001): Fernsehen, Fakten zur Medienwirkung; Bern: Hans Huber.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Internet-Map (Screenshot der „Internetmap“ mit vom Autor hinzugefügter Nummerierung; Datum: 11. Juni 2013)

Abbildung 2: Reichweite Google (Screenshot einer Alexa-Statistik zu Google.com; Quelle: internet-map.net; Datum: 11. Juni 2013)

Abbildung 3: Details Google (Screenshot einer weiteren Statistik zu Google.com; Quelle: internet-map.net; Datum: 11. Juni 2013)

Abbildung 4: Verlauf von Google-Usern (Screenshot einer weiteren Statistik zu Google.com; Quelle: internet-map.net; Datum: 11. Juni 2013)

Abbildung 5: Weltweite Verteilung von Google-Usern (Screenshot einer Statistik zur weltweiten Verbreitung von Google.com-Usern; Quelle: internet-map.net; Datum: 11. Juni 2013)

Abbildung 6: Weltweite Verteilung von Baido-Usern (Screenshot einer Statistik zur weltweiten Verbreitung von baidu.com-Usern; Quelle: internet-map.net; Datum: 11. Juni 2013)

Abbildung 7: Anteil der Internet-User an der Weltbevölkerung (Prozentualer Anteil von Internet-Usern an der Weltbevölkerung 2006 und 2011; Quelle: ITU-Report 2011)

Abbildung 8: User nach Regionen der Erde (Internetuser pro hundert Einwohner aufgeschlüsselt nach Regionen der Welt; Quelle: ITU-Report 2011)

Abbildung 9: Haushalte, Computer, Internet (Anteil der weltweiten Haushalte mit PC und Anteil der weltweiten Haushalte mit Zugang zum Internet, zusätzlich aufgeschlüsselt in entwickelte und Entwicklungsländer; Quelle: ITU-Report 2011)

Abbildung 10: Liste der Filterung (Liste der von ONI geprüften Staaten inkl. Aufschlüsselung nach den Kategorien „Beweise für Filterung“, „vermutete Filterung“ und „keine Anzeichen für Filterung“; Quelle: Faris, Villeneuve 2008)

Abbildung 11: Überblick über die Arten der Filterung (Liste der laut ONI filternden Staaten, aufgeschlüsselt nach unterschiedlichen Kategorien und Stärken der Filterung; Quelle: Faris, Villeneuve 2008)

Abbildung 12: Schnittmenge der Filterung (Schnittmengen der laut ONI filternden Staaten ausgehend von verschiedenen Kategorien; Quelle: Faris, Villeneuve 2008)

Abbildung 13: Studienanfänger 2011 nach Bildungsgrad der Eltern)
Studienanfänger an österreichischen Universitäten im Jahre 2011 aufgeschlüsselt nach Vater und Mutter bzw. Bildungsgrad der Eltern; Quelle: Statistik Austria

(Erstzugelassene Studierende an öffentlichen Universitäten seit 1998), abgerufen am 19.7.2013 um 22.30 Uhr)

Lebenslauf

Armin Grasberger

Studium

- 2007 – 2013 **Magisterstudium** Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
- Feb. bis Jul. 2009 **Erasmus Auslandssemester** am Insitute of Information and Mediastudies der Universität Aarhus/Dänemark
- 2003 – 2007 **Bakkalaureatsstudium** Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

Schule

- 1998 – 2002 **Bundesoberstufenrealgymnasium** Scheibbs, Schwerpunkt Informatik
- 1994 – 1998 **Landhauptschule** Gresten
- 1990 – 1994 **Volksschule** Gresten

Fachliche Berufserfahrung

- Sommer 2007 **Praktikum** bei den Niederösterreichischen Nachrichten – Bezirksausgabe Erlaufthal
- Seit 2007 **Redakteur** bei den Niederösterreichische Nachrichten – Bezirksausgabe Erlaufthal
- Seit 2010 **Leiter Sportressort** der Niederösterreichischen Nachrichten – Bezirksausgabe Erlaufthal
- Seit 2013 **Freier Mitarbeiter** im International Office der Universität Wien

Wien, 2013

Abstract

Bertold Brecht forderte einst in seiner Radiotheorie die Umwandlung des zur damaligen Zeit hochmodernen, spannenden, neuen Mediums von einem reinen, wie er es nannte, Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat. Mit dem Siegeszug des Internet schien seine Utopie wahr geworden zu sein. Besonders, als sich Anfang 1994 eine kleine Gruppe von Aufständischen im mexikanischen Bundesstaat Chiapas durch Aufrufe im Netz scheinbar globale Aufmerksamkeit gesichert hatte, war es so, als hätte die globale Massenkommunikation einen großen Schritt in Richtung Hierarchiefreiheit gemacht. Die Neo-Zapatistas mit ihrer Galionsfigur Subcomandante Marcos hatten Brecht posthum ein Lächeln ins Gesicht gezaubert. Seither wird im Zusammenhang mit Protestbewegungen auf der ganzen Welt (z.B. uni.brennt in Österreich, die Grüne Revolution im Iran, der Arabische Frühling im arabischen Raum) immer wieder betont, wie wichtig das Internet für diese Bewegungen ist. Doch überdeckt diese grundsätzlich richtige Feststellung womöglich die Grenzen, denen sich Gegenöffentlichkeit im Internet noch immer gegenüber sieht? Anhand einer Analyse des Aufstandes der Neo-Zapatistas in kommunikationswissenschaftlicher Hinsicht, kombiniert mit gesellschaftstheoretischen sowie technikorientierten Ansätzen, soll in dieser Arbeit ein klareres Bild von den Potentialen und Grenzen der Gegenöffentlichkeit im Internet gezeichnet werden.

Bertold Brecht once demanded in his „Radiotheorie“ the transformation of the, back in these days super modern, exciting and new medium, from a device of distribution into a device of communication. With the triumphant rise of the Internet his utopia seemed to have come true. Especially when a small group of revolutionaries in the Mexican federal state of Chiapas made themselves heard in the whole world during the early days of 1994 via the Internet, it looked like the global mass-communication had made a huge step towards the disappearance of hierarchy. The Neo-Zapatistas and their charismatic spokesman Subcomandante Marcos made Brecht smile posthumous. Since then, whenever there's a protest movement emerging somewhere in the world (for example uni.brennt in Austria, the Green Revolution in Iran, Arab Spring in the Arab world), the Internet seems to have a huge impact on

and seems to be one of the corner posts of these movements. But does this, in principle correct statement, maybe cover the barriers, which the counter public still faces when dealing with the Internet. Beginning with an analysis of the Neo-Zapatist-insurrection from a communications-scientific point of view and combining the results with societal-theoretical and technic-oriented approaches, this thesis is to be painting a clearer picture of the potentials and the boundaries which counter-public is dealing with in the Internet.