

Online-Kommunikation und bürgerschaftliches Engagement

Hanns-Jörg Sippel

Bei der Frage nach dem Einfluss des Internets für die politische Kultur der Beteiligung und des Engagements werden in der Regel die positiven Potentiale des Internets hervorgehoben. Vielfach gilt das Internet als Königsweg, um mehr Beteiligung der Bürger/innen und ein verstärktes bürgerschaftliches Engagement zu initiieren. Die neuen interaktiven Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten werden als Chance zur Wiederbelebung der Demokratie begriffen. In Teilen der Diskussion schwingt dabei unverändert ein Technikenthusiasmus mit, der suggeriert, allein das Angebot einer neuen Technik und einer technischen Infrastruktur reiche aus, um neue Formen des Engagements und der Beteiligung anzustoßen. Eine solche Vorstellung ist irrig. Die Potentiale des Internets realisieren sich nicht von selbst, sie müssen bewusst gestaltet und ausgeformt werden. Nicht die Technik löst die Probleme der Beteiligung und des Engagements. Technik kann nur das Mittel in der Hand gesellschaftlicher Akteure sein, um Probleme zu lösen. Zumal das Internet nicht nur Probleme löst, sondern vorhandene Probleme verstärkt (Marginalisierung) oder aus sich heraus neue Probleme verursacht (Digitale Spaltung der Gesellschaft, Digital Divide). Kurzfristige und schnelle Erfolge sind durch das Internet ebenso wenig zu erwarten wie gar die Lösung der großen Probleme der Demokratie.

Kommunikation und Vernetzung innerhalb der Zivilgesellschaft

Das Internet bietet für zivilgesellschaftliche Organisationen einen Weg, die klassischen Medien als Vermittler zu umgehen und direkt und ungefiltert mit Menschen zu kommunizieren. Dies ist sonst nur bei Veranstaltungen oder im persönlichen Gespräch möglich. Webseiten und E-Mails sind eine kostengünstige Alternative zu vielen klassischen Kommunikationswegen. Die Kosten und der technische Aufwand sind vergleichsweise gering, die Informationen können immer aktuell gehalten werden und die Reichweite wird enorm ausgeweitet.

Eine typische Webseite zur Informationsverbreitung enthält Texte und Bilder zu aktuellen Themen, zu den Projekten der Organisationen, aber auch Hintergrundinformationen zum Thema des jeweiligen Handlungsfeldes. Auf immer mehr Websites zivilgesellschaftlicher Akteure findet sich auch ein Menüpunkt, der zum »Mitmachen« animiert. Dahinter verbergen sich oft Spendenaufrufe, die Möglichkeit, einen E-Mail-Newsletter zu abonnieren oder der Hinweis auf Veranstaltungen. Häufig werden auch klassische Protestformen ins Internet übertragen. Organisationen rufen beispielsweise dazu auf, Protest-E-Mails an Politiker zu schreiben. In der Regel werden dafür vorgefertigte Texte angeboten. Wirklich dialogorientierte Elemente sind kaum zu finden. Als einzige Möglichkeit zur Interaktion mit der Organisation bleibt den Nutzer/innen dann nur ein Kontaktformular oder eine E-Mail-Adresse.

Auch für die interne Kommunikation mit den Mitarbeiter/innen oder auch mit den Mitgliedern, Ehrenamtlichen und Spender/innen ist die Website das wichtigste Medium. Immer noch eher selten ist ein geschützter Mitgliederbereich auf den Websites. Dabei bietet gerade ein Intranet für die interne Kommunikation große Möglichkeiten, wenn eine Organisation ihre Mitglieder stark einbeziehen und freiwillige Engagierte gewinnen möchte. In einem Intranet lassen sich für die Mitglieder oder freiwillig Engagierte Informationen bereithalten, über E-Mail-Listen lassen sich Spendenaufrufe oder Aktionen/Kampagnen initiieren. In Foren können die Mitglieder über die Arbeit einer Organisation diskutieren und Positionen zu unterschiedlichen Themen intern erarbeiten.

Es ist vor allem die Kostenersparnis, die die Online-Kommunikation für zivilgesellschaftliche Akteure so interessant macht. Das Internet wird in erster Linie als ein neuer, kostengünstiger Kanal zur Informationsverbreitung angesehen. Im Mittelpunkt steht dabei, über die Website Informationen über die eigene Organisation und aktuelle Nachrichten zu verbreiten.

Das interaktive Potential des Internets wird kaum genutzt

Die Kommunikation und Vernetzung innerhalb der Zivilgesellschaft ist durch die neuen Medien intensiviert worden. Die Online-Kommunikation wichtiger zivilgesellschaftlicher Akteure ist allerdings eher konventionell gehalten. Das Internet dient in der Hauptsache zur einseitigen Informationsvermittlung für die externe Kommunikation, von den interaktiven Möglichkeiten wird kaum Gebrauch gemacht. Sowohl die großen, traditionellen Organisationen als auch kleinere Initiativen, Projekte und Zusammenschlüsse setzen überwiegend auf gut gestaltete, informative Webseiten, die jedoch kaum interaktive oder partizipative Elemente enthalten.

Selten finden sich auf den zivilgesellschaftlichen Webseiten Anwendungen, die den Nutzer/innen ermöglichen, öffentlich mit der Organisation zu kommunizieren und sich einzubringen. Viele Organisationen haben zwar zu irgendeinem Zeitpunkt auf ihrer Webseite interaktive Elemente ausprobiert, wie Chats, Foren oder auch Blogs; die Resonanz auf diese Angebote war aber bescheiden. Zudem hat sich herumgesprochen, dass interaktive Elemente auf Webseiten zwar kostengünstig zu implementieren sind: Der personelle Aufwand, um diese Angebote dann auch adäquat zu betreuen und zu moderieren, ist aber verhältnismäßig hoch. Mehr Interaktivität bedeutet immer auch, zusätzliche Ressourcen für die Online-Aktivitäten bereitzuhalten. Die Bereitschaft, diesen Schritt zu tun, ist offensichtlich nicht sehr groß.

Zudem gibt es verbreitete Vorbehalte gegen ein stärkeres Engagement im Netz. Bestimmte Zielgruppen wie Ältere und Alte lassen sich unverändert nur eingeschränkt über das Internet erreichen. Und oft sind es gerade diese Zielgruppen, die das Rückgrat des Engagements vieler zivilgesellschaftlicher Organisationen bilden und auch einen wichtigen Beitrag zum Spendenaufkommen liefern. Eine Rolle spielen auch die Ängste vieler Akteure, das öffentliche Bild ihrer Organisation durch mehr Online-Beteiligung zu beschädigen.

Partizipation bedeutet Einmischung von außen, über Foren und Kommentarfunktionen kann die Arbeit der Organisation und der Mitarbeiter öffentlich in Frage gestellt werden. Die offenen, dialogorientierten Kommu-

nikationsformen des Social Web bedeuten insofern immer einen gewissen Kontrollverlust für die Organisation. Die Inszenierung der Organisation in der Öffentlichkeit kann nicht mehr wie gewünscht gesteuert werden.

Online-Aktivisten und Social Web Anwendungen

Die zivilgesellschaftlichen Akteure in Deutschland sind insofern nicht unbedingt Vorreiter in Sachen Social Web. Dabei eröffnen die partizipativen Social-Web-Anwendungen neue Chancen – beispielsweise als Kampagnen-Instrument. Blogs bieten durch die Interaktion mit den Nutzer/innen, durch RSS-Feeds, durch Social Bookmarking und durch die Verlinkung mit anderen Blogs einen hohen Grad an Vernetzung und damit die Chance, eine breite Online-Öffentlichkeit zu erreichen.

Mit Hilfe des Social Web finden Menschen zusammen, die bei den klassischen Formen der Kommunikation nicht zusammenfinden würden. Die Online-Kommunikation überwindet nationale und soziale Grenzen. Die Anonymität des Internets verringert die Barrieren für Beteiligung, das Web kann Menschen ermutigen, sich zu engagieren. Social-Web-Anwendungen bieten durch ihre partizipativen Elemente die Möglichkeit, die Meinung der Nutzer zu Themen und Aktionen zu erfassen. Mit Hilfe von Wikis lassen sich Aktivitäten koordinieren, gemeinsam Positionen formulieren oder gemeinsame Inhalte erarbeiten. Im Social Web liegt für zivilgesellschaftliche Akteure die Chance der Demokratisierung und Stärkung ihrer Legitimität.

Es sind vor allem kleinere Initiativen oder Projekte, die Interaktivität und Partizipation im Web als eine Chance erkannt haben. Sie setzen partizipative Internet-Anwendungen ein oder entwickeln und erproben neue Anwendungen und machen diese dann auch zum Kern ihrer Aktivitäten. Ein Beispiel ist helpedia.de, eine interaktive Plattform für individuelle Fundraising-Aktionen. Die Website ermöglicht es Bürger/innen, sich schnell und einfach mit wenigen Mausklicks via Web bürgerschaftlich zu engagieren.

Solche neuen partizipativen Social-Web-Anwendungen sind auf die Bedürfnisse von Engagierten zugeschnitten, die keine feste Bindung an Organisationen suchen und sich auch nicht langfristig engagieren wollen. Dem Wunsch, sich temporär für spezifische Themen einzusetzen, entsprechen die auf einzelne Themen zugeschnittenen Online-Kampagnen. Neben die festen Mitglieder einer Organisation tritt eine neue Form von Unterstützern. Die Online-Aktivisten sind lediglich lose über die Online-Kampagnen mit einer Organisation verbunden. Ein prägnantes Beispiel ist Campact – Demokratie in Aktion.

Das Online-Netzwerk organisiert Kampagnen, bei denen sich Menschen via Internet in aktuelle politische Entscheidungen einmischen können – per E-Mail, Fax oder über das Telefon. Dem Netzwerk gehören inzwischen über 130.000 Mitglieder an. Um Mitglied von Campact zu werden, reicht es aus, den kostenlosen Campact-Newsletter zu abonnieren.

Viele Potentiale des Internets sind noch gar nicht realisiert

Das Internet bietet Zugang zu Informationen aus erster Hand, es erweitert die Möglichkeiten, sich politisch zu artikulieren und mit anderen auszutauschen. Es spricht einiges dafür, dass viele Potenziale des Internets noch

nicht realisiert sind. Es herrschen immer noch Anwendungen vor, die sich an ältere Formen medialer Praktiken anlehnen. Es ist zu erwarten, dass sich dies ändern wird. Die Schnelligkeit, mit der im Internet inzwischen große Mengen von Informationen wie Texte, Bilder und Töne über große Entfernungen übermittelt werden können, verspricht völlig neue Formen medialer Kommunikation.

Das Netz wird als Medium der zivilgesellschaftlichen Kommunikation weiter an Bedeutung gewinnen. Die zivilgesellschaftlichen Akteure nutzen das Internet zur Selbstdarstellung und Mobilisierung. Immer mehr zivilgesellschaftliche Prozesse werden im Netz stattfinden. Die über das Netz initiierten Themen und Debatten, die im Internet angestoßenen Kampagnen und politischen Aktionen werden zunehmend auch auf die massenmediale Öffentlichkeit ausstrahlen.

Die Entwicklung hin zu mehr Online-Kommunikation schafft aber auch neue Probleme für die Zivilgesellschaft insgesamt: Je mehr Engagement online stattfindet und online organisiert wird, desto mehr werden Off-Online von der politischen Teilhabe ausgeschlossen. Dies gilt gerade auch für die neuen partizipativen Internet-Anwendungen. Wenn das Internet zur Voraussetzung für Teilhabe wird, werden bestimmte Bevölkerungsgruppen dauerhaft ausgeschlossen. Die individuellen Fähigkeiten, das Potential des Internets als Informations- und Kommunikationsmedium zu nutzen, sind unterschiedlich verteilt. Während die Informations- und Bildungseliten souverän mit den neuen Möglichkeiten des digitalen Zeitalters hantieren, verlieren die benachteiligten gesellschaftlichen Gruppen weiter an Boden. Die gesellschaftliche und wirtschaftliche Benachteiligung droht sich weiter zu verfestigen.

Um der digitalen Spaltung der Bevölkerung in Onliner und Offliner entgegenzuwirken, sind erhöhte Anstrengungen für die politische Bildung und Medienkompetenz notwendig. Sinnvoll ist es auch, gruppenspezifische Internetangebote beispielsweise für Bürger/innen mit Migrationshintergrund zu fördern, um Bevölkerungsgruppen, die ansonsten von der Kommunikation im Netz ausgeschlossen oder bisher kaum aktiv sind, zu aktivieren und in ihren Interessen und Anliegen zu unterstützen. Das Gleiche gilt für die Webpräsenz schwach organisierter Gruppen und vernachlässigter Themen. Webportale und Webknotenpunkte als Wegweiser für zivilgesellschaftliche Kommunikation zu fördern, sorgt für mehr politische Vielfalt und Transparenz im Netz.

Literatur

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (Hrsg.): Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008. Berlin, Dezember 2008

Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Bd. 1. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Neue Schriften zur Online-Forschung 2. Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V., Herbert von Halem Verlag, Köln 2008

Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Bd. 2. Strategien und Anwendungen. Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. Neue Schriften zur Online-Forschung 3. Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V., Herbert von Halem Verlag, Köln 2008

Autor

Hanns-Jörg Sippel ist Geschäftsführer der Stiftung MITARBEIT.

Kontakt: sippel@mitarbeit.de

Der vorliegende Artikel ist erstmalig erschienen im Newsletter des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE), Ausgabe Nr. 2 vom 22.01.2009.

Redaktion Newsletter

Stiftung MITARBEIT
Wegweiser Bürgergesellschaft
Redaktion Newsletter
Bornheimer Str. 37
53111 Bonn
E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de