

Cyberprotest – Möglichkeiten und Grenzen netzgestützter Proteste¹

Dieter Rucht

„The Internet is revolutionizing the rule of the game.“²

Das Internet, so ist oft zu hören, revolutioniert in vieler Hinsicht unseren Alltag. Darüber hinaus schafft die „Demokratiemaschine Internet“ neue Möglichkeiten der politischen Kommunikation und Partizipation (Leib 2000). Insbesondere begünstigt sie kleine, ressourcenschwache Akteure, die sich mit geringem Aufwand im Netz einem großen Publikum zeigen und zudem schnell und kostengünstig auf politische Prozesse einwirken können (McNutt 2001; Werle 2001). Damit sei das Internet auch ein ideales Vehikel, um politische Proteste durchzuführen. Diese These bildet den Ausgangspunkt für einen dialektischen Dreischritt. Ich werde sie zunächst durch eine Reihe von Argumenten und Beispielen stützen, dann die Antithese vertreten und schließlich in einem dritten Schritt, der Synthese, versuchen, diese widersprüchlichen Auffassungen in einer abwägenden Synthese „aufzuheben“.

Zunächst jedoch zwei vorbereitende Bemerkungen. Die erste gilt den prinzipiellen Möglichkeiten von Protestgruppen und sozialen Bewegungen, mit Medien umzugehen. Den Hintergrund dafür bildet eine verbreitete Unzufriedenheit mit den Medien, die nach Auffassung vieler Protestgruppen nicht oder nicht angemessen über deren Aktivitäten berichten. Diese negativen Erfahrungen können zu sehr unterschiedlichen Reaktionsweisen führen. Ein mögliches Verhaltensmuster ist die Apathie, also jeglicher Verzicht auf eine gezielte Medienarbeit. Wahrscheinlicher sind aber drei andere „A“-Strategien, nämlich Angriff, Anpassung und/oder Alternativen (Rucht 2004).

Angriff: Eine der Apathie entgegen gesetzte Reaktion der Angriff. Seine Formen reichen vom empörten Leserbrief über die Forderung nach einer Gegendarstellung bis hin zur Besetzung von Redaktionsräumen und der physischen Attacke auf Journalisten bzw. Verlagshäuser. Der Angriff setzt voraus, dass Gruppen, die sich von den Medien missachtet

¹ Überarbeitete Fassung eines Vortrags bei der Tagung „Von neuen Öffentlichkeiten zur heimlichen Medienrevolution – Welche Chancen hat eine kritische Internetkultur? Kommunikationsfachtagung des netzwerk recherche e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundeszentrale für politische Bildung, 7./8. Mai 2005, Wiesbaden.

² Leizerov (2000: 462).

oder diskreditiert fühlen, mit einer Wirkung ihrer Attacke rechnen können. Dies gilt zum einen dann, wenn die angegriffenen Medien gegen Regeln verstoßen haben, die sie selbst im Prinzip gut heißen. Das Einklagen dieser Standards kann dann zu Anzeichen der Reue, dem Versprechen auf Besserung, ja sogar zu Maßnahmen der Kompensation führen. Aber auch wenn auf Skrupeln basierende Änderungen des Verhaltens ausbleiben, kann äußerer Druck – etwa eine kritische öffentliche Reaktion oder die Intervention medialer Kontrollgremien (z.B. von Rundfunkräten oder dem Deutschen Presserat) – zu einem Effekt im Sinne der Medienkritiker führen.

Anpassung: Die Strategie der Anpassung liegt dann nahe, wenn die Regeln und Kriterien des etablierten Mediensystems im Wesentlichen als unabänderlich und zugleich die Erlangung massenmedialer Resonanz als unverzichtbar angesehen werden. Entsprechend versuchen mobilisierende Gruppen, die Gesetzmäßigkeiten des Medienbetriebs zu durchschauen und sich zu eigen zu machen, indem sie sich „mediengerecht“ verhalten, das heißt Nachrichtenwerte beachten, attraktive Ereignisse „inszenieren“, Presseerklärungen und Pressekonferenzen professionell gestalten, den Produktionsrhythmus von Medien in Rechnung stellen, eine ständige „Kontaktpflege“ mit bestimmten Journalisten bzw. Medien betreiben usw. Teilweise geschieht dies in einem „learning by doing“ von sich professionalisierenden Laien. Größere Bewegungsorganisationen sind auch zunehmend dazu übergegangen, Journalisten einzustellen bzw. kleine Abteilungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einzurichten. Die Neigung zu derartigen Anpassungsstrategien ist besonders ausgeprägt bei Gruppen und Bewegungen mit moderaten Zielen und einer hohen Akzeptanz für arbeitsteilige und fachbezogene Strukturen. Dagegen stehen Gruppen mit radikalen und/oder basisdemokratischen Vorstellungen solchen Professionalisierungstendenzen im Allgemeinen skeptisch gegenüber.

Alternativen: Die herkömmlichen Massenmedien mögen sozialen Bewegungen zuweilen dienlich sein, aber sie sind sicherlich keine Werkzeuge in der Hand von Bewegungen. Was und wie die Massenmedien berichten, liegt weitgehend außerhalb der Kontrolle von Bewegungen. In dem Maße wie sich Massenmedien als unzugänglich erweisen oder gar als Kritiker von Bewegungen auftreten, liegt es für letztere nahe, eigene Kommunikationsmedien zu schaffen. Damit sind Kosten verbunden, denen jedoch der Vorteil der Berechenbarkeit und Verlässlichkeit der eigenen Medien gegenübersteht. Vor allem Massenbewegungen, die nicht primär auf face-to-face Kommunikationen beruhen, brauchen interne Kanäle der Informationsvermittlung und Aktivierung in Form von Rundbriefen, Zeitschriften und dergleichen. Wollen Bewegungen darüber hinaus eine Breitenwirkung erzielen, so liegt es für

sie nahe, Kommunikationsorgane und -kanäle anzubieten, die potentielle Sympathisanten ansprechen. Entsprechende Mittel sind u.a. Flugblätter, Broschüren, populär aufgemachte Zeitungen bzw. Zeitungsbeilagen, Freie Radios und – seit einigen Jahren – das Internet.

Die zweite kurze Vorbemerkung bezieht sich auf den Begriff Cyberprotest. Hiermit bezeichne ich Protestformen, die sich auch auf das Netz stützen oder ganz innerhalb des Netzes ablaufen. Zum ersten kann das Internet herkömmliche Offline-Proteste, zum Beispiel auf öffentlichen Plätzen stattfindende Kundgebungen, Demonstrationen usw., flankieren. In diesem Fall wird über solche Proteste informiert, für sie geworben oder über sie diskutiert. Das Internet kann dann bisherige Verteilungswege, zum Beispiel Telefon, Flugblatt, Plakat, Rundbrief oder Newsletter, ersetzen oder ergänzen. Es dient der Vorbereitung, Begleitung oder auch Nachbereitung von Protest; die eigentliche Protestaktion ist jedoch nicht an das Internet gebunden. Zum zweiten kann der Protest selbst im Netz stattfinden, so dass die Protestierenden nicht mehr physisch zusammenkommen müssen. Dazu gehören zum Beispiel Protestbriefe, die per Internet an einen Adressaten geschickt werden, netzbasierte Angriffe auf die Webseiten oder die Daten eines Gegners („hactivism“³) sowie subversive Netzproteste, in denen zum Beispiel der Webauftritt eines Gegners imitiert aber zugleich auch auf irritierende Weise verfremdet wird.⁴

1. These: Die Ermächtigung von Protestgruppen durch das Internet

„Use the media to fight and remember that it is a fight and it's guerilla warfare.“
(Tony Schwartz, „Medienpionier“).

Die prinzipiellen Vorzüge des Internet – Reichweite, Geschwindigkeit, geringe Kosten, Informationsreichtum, Dezentralität, weitgehende Abwesenheit von Zensur, Suchmaschinen, neuerdings auch die Verbreitung von WebBlogs usw. – können als bekannt vorausgesetzt werden. Daraus wird vielfach abgeleitet, das Internet habe die bestehenden politischen Kräfteverhältnisse verändert oder werde sie bald verändern. Kleine und ressourcenschwache

² Die Schöpferin des Begriffs: “Hactivism is the convergence of hacking with activism, where ‘hacking’ is used here to refer to operations that exploit computers in ways that are unusual and often illegal, typically with the help of special software (‘hacking tools’). Hactivism includes electronic civil disobedience, which brings methods of civil disobedience to cyberspace.” (Denning 2000: 14)

⁴ Dies gelang zum Beispiel mehrfach der Gruppe The Yes Men, die eine Website der World Trade Organization imitierte und subtil parodierte. Sie wurde sogar zu offiziellen Treffen eingeladen, um im Namen der WTO zu sprechen – eine Gelegenheit, die sich die Gruppe nicht entgehen ließ (<http://www.rebelart.net/d0006.html>; <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/16/16863/1.html>).

Akteure könnten sich dank des Internet Gehör verschaffen, sich weltweit vernetzen und gleichsam aus dem Stand heraus beeindruckende Protestaktionen oder gar größere Kampagnen durchführen. Selbst Einzelpersonen sind dank des Internet in der Lage, große Aufmerksamkeit erregen. Prototypisch dafür ist der Fall von Jonathan Peretti:

Am Anfang dieser bemerkenswerten Geschichte steht eine Werbekampagne von Nike, einem weltweit präsenten Sportartikel-Konzern. Kunden können sich auf Antrag und gegen Aufpreis Turnschuhe mit einer „persönlichen“ Schriftzug anfertigen lassen („Nike now lets you personalize your shoes“ gemäß der Idee „about freedom to choose and freedom to express who you are“). Nike liefert dann Schuhe mit dem selbst gewählten Begriff. Peretti, Student am Massachusetts Institute of Technology im Jahr 2000 und politisch noch nicht aktiv, war von Nikes Werbeidee angetan. Er bestellte Turnschuhe mit dem Schriftzug „Sweatshop“. Der Begriff bezeichnet eine Produktionsstätte, in der schlecht bezahlte Arbeitskräfte unter miesen Bedingungen schufteten und gnadenlos ausgebeutet werden, wie dies vor allem in Ländern der südlichen Erdhalbkugel der Fall ist. Dort lassen bekanntermaßen viele Großkonzerne, darunter auch Nike, ihre Produkte herstellen. Aufgrund des Wunsches von Peretti entspann sich ein Briefwechsel per e-mail mit kuriosen Zügen.⁵ Das erste Antwortschreiben von Nike enthielt Standardformulierungen mit dem Hinweis, dass aus mindestens einem von mehreren Gründen, die in dem Schreiben aufgelistet waren, seiner Bitte nicht entsprochen werden könne. Zum Beispiel sehe sich Nike außerstande, Schriftzüge liefern, die Namen von konkurrierenden Herstellern, nicht von Nike gesponserten Athleten oder unflätige Ausdrücke enthielten. Peretti antwortete, dass keiner der genannten Gründe auf das Wort „Sweatshop“ zuträfe. Dass es sich nicht, wie Nike behauptete, um „inappropriate slang“ (unflätigen Jargon) handele, begründete Peretti ausführlich, darunter auch mit Zitaten aus Webster’s Dictionary zum seit 1892 nachgewiesenen Stichwort „Sweatshop“. Der Briefwechsel ging also weiter. Nike blieb hart. Am Ende orderte Peretti resigniert Schuhe mit einer unverfänglicheren Aufschrift. Allerdings äußerte er im letzten Satz seines letzten Schreibens noch die Bitte, man möge ihm ein Farbfoto der zehnjährigen Vietnamesin schicken, die an der Schuhproduktion von Nike beteiligt sei. Nike reagierte nicht mehr.

Ein Freund, dem Peretti von diesem Briefwechsel erzählte, bat um die Zusendung der Dateien. Peretti schickte sie ihm und neun weiteren Bekannten. Diese übersandten den Briefwechsel unaufgefordert per e-mail an ihre Bekannte, die wiederum für die Weiterverbreitung sorgten. Der Vorgang zog immer weitere Kreise und erreichte bald

⁵ <http://manwe.mat.uab.es/alabert/reads/nike.html> oder <http://media.guardian.co.uk/news/story/0,7541,440022,00.html>.

Millionen von Menschen (Macken 2001). Kritische Konsumentengruppen und politische Initiativen wurden darauf aufmerksam, Journalisten von etablierten Blättern berichteten. Peretti sah sich mit Anfragen innerhalb und außerhalb des Internet bombardiert. Am Ende berichteten darüber große Zeitungen und Fernsehanstalten wie *USA Today*, *The Wall Street Journal*, *NBC's Today Show*, aber auch diverse europäische Zeitungen. Damit nicht genug. Journalisten begannen über die Praktiken in den Sweatshops zu recherchieren und zu publizieren. Einige Arbeiterinnen und Arbeiter aus armen Ländern kamen auf Einladung US-amerikanischer Gruppen in das Land, um im Zuge einer Städtetour von ihren Erfahrungen in Sweatshops zu berichten. Der Image-Schaden für Nike war erheblich. Nike versprach eine bessere Kontrolle der Produktionsbedingungen seiner Zulieferfirmen. Auch andere Unternehmen, zum Beispiel Reebok, bemühten sich nun um die Wahrung ihres Images und betonten, wie sehr ihnen Sozialstandards am Herzen lägen.

Perettis Beispiel lehrt, dass eine einzelne Person genügen kann, um via Internet eine Protestlawine auszulösen. Um wie viel größer muss dann der Einfluss sein, den Protestgruppen ausüben können, die mittels des Internet konzernkritische Kampagnen starten. Deren Potential bestätigt zum Beispiel der kanadische Medienberater Doug Miller, den die *Financial Times* zitiert: „Ich besuche jährlich 75 Aufsichtsräte und kann sagen, dass die Mitglieder dieser Gremien befürchten, dass das Image ihres Konzerns binnen zwei Monaten zugrunde gerichtet werden kann.“ (zit. nach Bennett 2004: 142f.)

In der einschlägigen Literatur wird auf die zentrale Rolle des Internet bei einer ganzen Reihe von Kampagnen hingewiesen, darunter

- die überwiegend netzbasierte und viele Länder einschließende Unterstützung der mexikanischen Zapatistas („the first informational guerilla movement“, Castells 1997: 79), der Pro-East-Timor-Bewegung (Cardoso/Neto 2004)) und ähnlicher Gruppierungen,
- die studentischen Streik- und Protestaktionen in Deutschland in den Jahren 1997 und 2003,
- die netzgestützte Information über und anschließende Kampagne gegen das Multilateral Agreement on Investment (MAI), das 1998 zu Fall gebracht wurde⁶,
- die zumindest teilweise erfolgreiche Kampagne gegen den Bann von Landminen,
- die ebenfalls teilweise erfolgreiche Jubilee 2000-Kampagne für die Entschuldung der ärmsten Länder,

⁶ Kenny Bruno von CorpWatch: „It is obvious that the web is a tremendous tool because you can communicate with hundreds of people so easily and generate momentum among your colleagues and your allies and networks. The campaign against the Multilateral Agreement on Investment (MAI) is the classic example. But there are many more examples.“ (zit. nach Rosenkrands 2004: 63)

- die Proteste gegen die Tagung der Welthandelsorganisation in Seattle 1999 sowie eine Vielzahl weiterer Tagungen internationaler Institutionen wie Weltbank, Internationaler Währungsfonds, G8-Gipfel, EU-Gipfel, World Economic Forum usw.,
- die Kampagnen von konsumkritischen Gruppen gegen die Praktiken weltweit operierender Konzerne wie Coca Cola und Shell,
- der sog. toy war, bei dem eine Künstlergruppe mit der Adresse www.etoys.com mit einem großen Spielzeugwarenhersteller, der eine fast gleich lautende Adresse (www.etoys.com) hatte, in einen Konflikt geriet, dabei viel Unterstützung anderer kritischer Künstlergruppen erhielt und schließlich in einem Rechtsstreit die Oberhand behielt,⁷
- der in Deutschland gegen die Lufthansa geführte Netzangriff unter dem Motto „Stop Deportation Class“ im Juni 2001,
- Protestaktionen von *MoveOn* in den USA gegen den Irakkrieg von 2003,
- die Flashmob-Aktionen im Jahre 2003, bei denen sich Aktivisten per Internet zu kurzen öffentlichen Überraschungsauftritten verabredeten und durch vage oder mehrdeutige Botschaften das Publikum irritierten.

In all diesen Fällen spielte nach Aussagen von Aktivisten, aber auch wissenschaftlicher Beobachter, das Internet eine herausragende Rolle. Ohne das Netz wären Proteste dieser Größenordnung, dieser regionalen Verbreitung und mit dieser Durchschlagskraft nicht möglich gewesen. Hinzu kommt, dass sich in den letzten Jahren eine eigene Infrastruktur netzbasierter Mediengruppen herausbildet hat, die eine Plattform bzw. einen Verstärker für themenspezifische Kampagnen darstellt. Am Anfang dieser Entwicklung stand die bereits 1987 gegründete *Association for Progressive Communications*, die zivilgesellschaftliche Gruppen bei der Nutzung des Internet berät (<http://www.apc.org>). Am bekanntesten ist inzwischen *Indymedia* (entstanden 1999), das 2005 mit über 140 Gruppen aus vielen Ländern im Netz präsent ist. Daneben existiert eine Vielzahl kleinerer, zum Teil auch nationaler Netzwerke bzw. netzbasierter Kampagnen, z.B. das seit 1998 bestehende Netzwerk *MoveOn.org* in den USA und, in Deutschland, das davon inspirierte, seit 2004 bestehende

⁷ Die Gruppe verkauft „Beteiligungen“, die eine aktive Mitarbeit an kollektiv gestalteten Kunstwerken erlauben, welche im Internet gezeigt werden. Die Firma etoys wollte die Gruppe etoy zur Änderung ihrer Internet-Adresse bewegen und bot dafür am Ende 500.000 Dollar. Die Künstlergruppe lehnte selbst dieses Angebot ab. Darauf hin strengte etoys im Jahr 1999 eine juristische Klage an, welche die Sperrung der Website von etoys zur Folge hatte. Im Zuge einer Unterstützungskampagne für etoy wurden satirische Animationsspiele geschaffen sowie digitale Sit-ins und Serverattacken gegen etoys durchgeführt. Etoys geriet dadurch in Schwierigkeiten. Das Image der Firma war angekratzt; die Aktienkurse sanken um den Wert von 4,5 Milliarden Dollar (www.politik-digital.de; Toyharbour). Daraufhin lenkte etoys in dem anhaltenden juristischen Streit ein, zog sich aus dem Verfahren gegen die Künstlergruppe zurück und übernahm auch deren bislang angefallene Prozesskosten.

Campact.de (<http://luki-campact.de/campact/home>) sowie das linksradikale Info-Netzwerk *Nadir* (<http://www.nadir.org/nadir/>).

Ausgehend von solchen Beispielen werden verallgemeinernde Schlussfolgerungen gezogen, von denen ich lediglich einige wenige zitieren will:

„The opportunities for the left have never appeared greater, but that means learning about the new technological revolution, not mindlessly blocking it out.“ (Cohen 2001)

„The new technologies, in short, help decentralize access to information -- about political and legal processes, about policy critiques, and about resistance strategies and organization. This serves to reinforce the democratic, participatory norms that pervade much of the movement.“ (Smith 2001)

„New techniques provide a means to make lobbying, campaigning and organizing more effective. They also allow small organizations, under certain situations, to compete with large, well-funded opponents.“ (McNutt 2001)

„Die neuen Netztechnologien begünstigen Gruppierungen, die über viel Idealismus und Engagement, aber wenig Geld verfügen, während reichliche Geldmittel allein keinen Erfolg verbürgen. Unter ihrem Einfluss wird die Binnenmobilisierung und das Mitgliederengagement zu den bestimmenden Kriterien, die die innere Kohäsion eines Verbands einerseits und seine externen Artikulations- und Handlungsfähigkeiten andererseits determinieren.“ (Geser 2000)

2. Antithese: Das Internet bestärkt bestehende Asymmetrien

„This is new democracy. And Microsoft Office is at the heart of it. ...“
(Werbung von Microsoft⁸)

Gegen die vielen euphorischen Aussagen zur Ermächtigung von Protestgruppen durch das Internet spricht eine ganze Reihe von Gründen, die weit weniger als die Vorteile diskutiert und beachtet werden. Demnach lässt sich der entgegen gesetzte Schluss ziehen, nämlich dass das Internet keineswegs bestehende Ungleichgewichte beseitigt oder solche sogar eher verstärkt. Im Einzelnen können folgende Argumente angeführt werden:

⁸ Zitiert in Brunkhorst/Kettner (2000: 310).

(1) Das Internet dient bevorzugt privaten, kommerziellen und wissenschaftlichen Zwecken. Der Anteil politischer Kommunikation im Internet ist kaum untersucht und insgesamt verschwindend gering. Vorsichtigen Ermittlungen bzw. Schätzungen zufolge gilt: „Auf der Seite der *Angebote* sind vielleicht 0,5 % der Websites *explizit* politisch, noch weit weniger Mailinglisten oder Newsgroups sind dezidiert politisch...“ (Rilling 2001: 2). Ähnlich verhält es sich auf Nachfrageseite.

(2) Auch wenn sich heute immer mehr politische Akteure im Internet tummeln, so heißt das nicht, dass herkömmliche Medien bedeutungslos werden. Es ist daran zu erinnern, dass fast alle in der Vergangenheit neu hinzu gekommenen Medien – entgegen vieler Vorhersagen und Befürchtungen – die alten Medien nicht ersetzt, sondern lediglich ergänzt haben. So gesehen ist es auch nicht erstaunlich, dass viele Zeitungen ihre Blätter kostenlos online anbieten oder sogar eigene Online-Redaktionen unterhalten. Auch bei der Seattle-Kampagne spielten herkömmliche Medien eine wichtige Rolle. So wurden in diesem Zusammenhang das Organ *The Blind Spot* und viele andere Broschüren und Flugblätter verteilt. Auch zeigt eine Umfrage unter den Teilnehmern an Demonstrationen gegen den Irakkrieg am 15. Februar 2003, dass das Internet keine zentrale Funktion für die Information und Mobilisierung hatte. Von den Protestierenden in acht Ländern gaben lediglich 11,6 Prozent (Deutschland 11,1 Prozent) an, dass sie über den anstehenden Protest im Internet auch oder ausschließlich Kenntnis erlangt hatten. Die verbleibenden Befragten nannten dagegen herkömmliche Medien sowie Freunde als Informationsquellen. Als wichtigste Informationsquelle bezeichneten 6,0 Prozent der Befragten (Deutschland 3,9 Prozent) die Webseiten von Organisationen und weitere 4,1 Prozent (Deutschland 1,8 Prozent) Mailing-Listen.⁹

(3) Die immer wieder anzutreffende Vorstellung, bestimmte neuere Kampagnen seien in dieser Größenordnung ohne das Internet gar nicht denkbar, beruhen wohl auf einer Unkenntnis prinzipiell ähnlicher Kampagnen in der Vergangenheit – darunter auch transnationalen Mobilisierungen. Zumindest wäre zu klären, ob das Internet jüngere Kampagnen überhaupt erst ermöglicht oder vielmehr lediglich erleichtert hat. Größere Mobilisierungen als die gegen das Treffen der WTO in Seattle fanden zum Beispiel gegen die Tagung der Weltbank und des Internationalen Währungsfonds in Berlin im Jahr 1988 statt, als das Internet noch nicht von politischen Gruppen genutzt wurde (Gerhards and Rucht 1992). Dies war allerdings ein primär nationaler Protest. Gleichwohl ist fraglich, ob die heutigen transnationalen Proteste

⁹ Ergebnisse der Befragung, die aufgrund der Initiative von Stefaan Walgrave (Universität Antwerpen) zustande kam und deren deutsche Teilstudie unter Leitung von Dieter Rucht durchgeführt wurde.

nicht mehr durch bessere Finanzierungsmöglichkeiten und billigere Flüge als durch das Internet erleichtert werden.

(4) Die These, dass durch das Internet das Ungleichgewicht zwischen ressourcenstarken und ressourcenschwachen Akteuren verkleinert oder gar aufgehoben würde, ist kaum haltbar. Während es zutrifft, dass auch schwache Akteure sich im Netz präsentieren können, bleibt es ebenso richtig, dass sich die ganz überwiegende Masse der Informationssuchenden im Netz an den großen, bereits aus herkömmlichen Medien bekannten Akteuren orientiert und zudem diese Akteure durch die Suchmaschinen privilegiert werden. Auch werden die Webseiten großer Akteure im Allgemeinen besser betreut, sind übersichtlicher aufgebaut, bieten mehr interaktive Tools und ist eher mit einer Rückmeldung auf Anfragen zu rechnen. Sie werden auch deshalb vermehrt nachgefragt. Eine Studie zum Diskurs über Genfood in Tageszeitungen und im Internet ergab, dass das Spektrum der im Internet durch Suchmaschinen vorrangig genannten Akteure kaum breiter ist als das der in Tageszeitungen genannten Akteure (Rucht/Yang/Zimmermann 2004). Auch ist – auf Basis des Zugangs durch Suchmaschinen – das argumentative Spektrum im Internet nicht wesentlich breiter als in Zeitungen.

(5) Dem Internet mangelt es an Qualitätskontrollen. Während ein großer Teil herkömmlicher Medien nach journalistischen Regeln produziert wird, zu denen bestimmte Relevanzkriterien, die Verifizierung von Aussagen, das Einholen gegenteiliger Meinungen, die Trennung von Fakten und Meinung usw. gehören, können im Internet praktisch folgenlos falsche Behauptungen, abstruse Meinungen und dergleichen offeriert werden. Zudem ist die angebotene Information oft flüchtiger Natur und wird selten archiviert, so dass spätere Nutzungen und Nachprüfungen erschwert werden.

(6) Die viel beschworene Interaktivität des Internet wird relativ selten genutzt. Eine intensive Nutzung würde auch viele Anbieter, die eingehende Informationen sichten und Anfragen beantworten sollen, überfordern.

(7) Der Netzwerkcharakter des Internet wird vorschnell mit der Abwesenheit von Macht und Hierarchie im Netz gleichgesetzt. Die Fülle der Kommunikation erzwingt dagegen die Einrichtung von Orientierungshilfen, Suchmaschinen, Eingriffen der Webmaster oder der Abschirmung in Form eines Intranet, so dass das Netz keineswegs die ihm zugeschriebene generelle Offenheit aufweist. Immerhin spricht ein Insider wie Nikolai Bezroukov im Hinblick auf Linus Torvalds, den Initiator des weltweit genutzten Programms Linux, von einem „wohlwollenden Diktator“ (<http://www.softpanorama.org/People/Torvalds/index.shtml>; Holtgrewe 2001: 416). Selbst bei einer sich basisdemokratisch verstehenden

Organisation wie Attac Frankreich wird die Internet-Kommunikation in einer Weise gesteuert, dass die Kluft zwischen Experten und Nicht-Experten, zwischen Zentralfiguren und dem „Fußvolk“ verstärkt wird (Le Grignou and Patou 2004). Ganz generell ignoriert die Gleichung „Mehr Kommunikation = mehr Wissen = mehr Demokratie“, „dass Wissen und Information selbst Herrschaftssysteme sind“ (Diefenbach 1997: 78).

(8) Das Internet eignet sich vor allem für politisch kenntnisreiche und technisch versierte Anwender, die wissen, was sie wo suchen. Andere Nutzer dagegen sind oft frustriert durch die Überfülle an Information oder durch ergebnislose Suchprozesse.

(9) Es gibt bislang keine belastbaren Befunde dazu, dass vom Internet eine starke mobilisierende Wirkung ausgeht. Vielmehr ist anzunehmen, dass die ohnehin bereits politisch interessierten und motivierten Aktivisten das Internet nutzen, um Informationen zu suchen und innerhalb ihrer Netzwerke für ihre Ziele und Aktivitäten zu werben. Der Kreis derer, der erst via Internet zu Partizipation ermuntert und ermutigt werden, dürfte sehr begrenzt sein.

(10) Das Internet ist im Vergleich zum direkten Gespräch ein unpersönlicher Kommunikationskanal. Das direkte Zusammenkommen scheint dagegen weiterhin in vielen Fällen wichtig zu sein, zumal wenn es darum geht, vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen und komplexere Dinge auszuhandeln bzw. „auszudiskutieren“. Direkte Begegnungen vermitteln auch die sinnliche Erfahrung von Gruppensolidarität, Begeisterung und Anteilnahme – Erfahrungen, die kaum durch mediatisierte Kommunikation möglich sind.

(11) Protestaktionen, die ausschließlich im Internet ablaufen und den Beteiligten manchmal nur einen Klick mit der Maus abverlangen, sind – auch wenn es Millionen von Unterstützern geben sollte – nicht besonders eindrucksvoll im Vergleich zu einem Protest, der den Teilnehmern gewisse Opfer abverlangt und damit auch an Glaubwürdigkeit gewinnt. So gesehen kann sich ein Hauptvorteil des Internet – die Leichtigkeit der Beteiligung – in das Gegenteil verkehren. Hinzu kommt die Möglichkeit technischer Manipulationen, die es erlauben, die Zahl von Protestierenden künstlich zu erhöhen.

(12) Sofern das Internet nicht nur als Hilfsmittel für konventionelle Proteste sondern auch für netzinterne Proteste, z.B. die Blockade von Webseiten, genutzt wird, sind die bisherigen Effekte eher bescheiden. Der meistzitierte Protest dieser Art in Deutschland, der Angriff auf die Webseite der Lufthansa, die mit ihrer „deportation class“¹⁰ zur Abschiebung ungewollter Asylbewerber und Migranten ins Ausland beitrage, verpuffte trotz der Beteiligung von rund 12.000 Aktivisten weitgehend. Lufthansa hatte seine elektronischen Kapazitäten kurzzeitig

⁹ See <http://www.go.to/online-demo>; <http://www.stop-depclass-scene.as>

erhöht, so dass es nur zu kleineren temporären Störungen kam. Immerhin fand diese Aktion einige Publizität in herkömmlichen Medien.

(13) Selbst wenn man annimmt, die Vorteile des Internet für soziale Bewegungen seien größer als ich es vermute, so ist doch zu bedenken, dass diese Vorteile auch für die Gegenseite bestehen. Inzwischen nutzen viele rechtsradikale und rassistische Gruppen ebenfalls das Internet. Zudem können netzgestützte Informations- und Mobilisierungsprozesse durch staatliche Kontrollbehörden leicht überwacht werden.

(14) Schließlich sei an die anhaltende, sich allerdings im Zeitverlauf abschwächende digitale Spaltung erinnert. Ärmere, ältere und/oder weibliche Nutzer sind unterrepräsentiert. Das Netz tendiert dazu, die ohnehin schon Privilegierten noch mehr zu privilegieren. Noch größer ist die digitale Spaltung mit Blick auf die Länder der Dritten Welt.

Aus all dem lässt sich folgern, dass das Internet keineswegs jene Funktionen es *empowerment* entfaltet, die ihm häufig zugesprochen werden. Vielmehr verstärkt es ohnehin bestehende Machtungleichgewichte, auch wenn die theoretischen Möglichkeiten des Internet eine andere Entwicklung zulassen würden.

3. Synthese

“[W]e should take a more sober look at what the use of the Internet by transnational movements actually can achieve.”¹¹

Lassen sich die optimistischen und die pessimistischen Aussagen über die ermächtigende Funktion des Internet für Protestgruppen gegeneinander abwägen oder gar miteinander vereinbaren? Mir scheint, dass die Zeit der Euphorie ohnehin vorüber ist und inzwischen differenzierte Perspektiven überwiegen. Insgesamt neige ich angesichts der noch immer vorherrschenden Vernachlässigung skeptischer Argumente eher dieser Seite zu, ohne jedoch gewisse Vorteile des Internet für Protestgruppen verkennen zu wollen. So eignet sich das Internet im Rahmen von Protestgruppen und sozialen Bewegungen hervorragend dazu, einem weitgehend feststehenden und kompetenten Kreis von Interessenten Informationen zu vermitteln sowie organisatorische Abläufe zu vereinfachen und zu beschleunigen. Die

¹¹ Naughton (2001: 166)

vielfach beschworenen Vorteile einer Kommunikation von many-to-many werden jedoch nur relativ selten ausgeschöpft.

(1) Fast alle Aussagen über die ermächtigende Rolle des Internet basieren auf einzelnen Fällen. Davon berichten zumeist Organisatoren, die eher Mut machen als nüchterne Bilanzen aufstellen wollen. Empirische Untersuchungen über die konkreten Effekte des Internet bei einer Mehrzahl von Kampagnen stehen aus. Ebenso fehlt eine empirische Untersuchung von Kampagnen, die wenig oder gar keine Erfolge zu verzeichnen hatten. Es ist eine zutiefst fehlgeleitete Sicht, dass Netz sei einfach gegeben und “that the only challenge is to make effective use of it” (Naughton 2001: 166).

(2) Noch immer überwiegt eine technikzentrierte Sicht auf das Internet, bei der bestenfalls die Quantität der Nutzung, des Informationsmaterials, der Zugriffe usw. hervorgehoben wird, die Art der Nutzung und deren Effekte jedoch nicht beachtet werden. So wird oft von der Verfügbarkeit über Informationen auf die Wirkung dieser Informationen geschlossen und angenommen, das Internet würde in großem Stil Gruppen enger in Austausch treten lassen, zur kollektiven Identitätsbildung beitragen und Motive für die Protestbeteiligung schaffen. Derartige Effekte sind nicht auszuschließen, aber sie dürften nicht die Regel sein.

(3) Viele Beobachter und Kommentatoren verwechseln die Potentiale des Internet bzw. des kompetenten Nutzers mit der tatsächlichen Nutzung des Internet. So wird die Möglichkeit einer kleinen Gruppe, sich im Internet in authentischer Form einem Millionenpublikum zu präsentieren, als breite Sichtbarkeit missdeutet. Tatsächlich bleibt jedoch eine solche Gruppe dem durchschnittlichen Nutzer verborgen, weil sie in den Suchmaschinen weit hinten rangiert und zu ihr kaum oder gar keine Links hinweisen, die von anderen und zumal häufig besuchten Webseiten ausgehen. Dagegen spricht einiges dafür, dass die besonderen Stärken des Internet auch bevorzugt von ressourcenstarken Akteuren genutzt werden. Damit trägt das Internet eher dazu bei, bestehende Ungleichgewichte zu verfestigen oder zu verstärken anstatt sie abzubauen. Dies gilt nicht nur für organisierte Akteure, sondern auch für Einzelpersonen.

(4) Das Internet befördert – wie schon die Entwicklung der immer stärker ausdifferenzierten herkömmlichen Medien – den Trend zu einer Fragmentierung der Öffentlichkeit in immer stärker segmentierte Teilöffentlichkeiten (Sunstein 2001). Im Wesentlichen scheinen im Internet jeweils bestimmte Netzwerke miteinander zu kommunizieren und ihre Ansichten wechselseitig zu verstärken, während die Brücken zwischen Netzwerken mit gegensätzlichen Positionen eher schwach sind, wie auch unsere bereits erwähnte Studie zum Thema Genfood zeigte. Dagegen machen die herkömmlichen

Medien eher die Breite von Meinungen – allerdings unter weitgehendem Ausschluss der radikalen Ränder – sichtbar.

(5) Das Netz ist kein Königsweg einer alternativen Strategie, die es Protestgruppen und sozialen Bewegungen erlauben würde, sich von den herkömmlichen Massenmedien unabhängig zu machen. Die herkömmlichen Medien bilden nach wie vor das zentrale Feld für politische Informationen und, neben persönlichen Netzwerken, für politische Meinungsbildung im Sinne des „two step flow of communication“ (Katz/Lazarsfeld 1955). Deshalb sollten die herkömmlichen Medien auch von emanzipatorischen Protestgruppen nicht außer Acht gelassen werden. Das Internet ergänzt herkömmliche Kommunikationskanäle und kann Transaktionskosten senken. Aber es wird weder die Aktivitäten von Protestgruppen revolutionieren noch die bestehenden Machtstrukturen deutlich verändern (Ayres 1999). So gesehen wird es von Protestgruppen und ihnen nahe stehenden Beobachtern weit überschätzt.

Literatur

- Ayres, Jeffrey M. (1999): From the Streets to the Internet: The Cyber-Diffusion of Contention. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 566 (November), S. 132-143.
- Bennett, Lance W. (2004): Communication global activism: strengths and vulnerabilities of networked politics. In: Wim van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, Dieter Rucht (Hrsg.), *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. London und New York: Routledge, S. 123-146.
- Betzroukov, Nikolai (2000): Portraits of Open Source Pioneers. Kap. 4.1. Linus and Linux: Lunus Torvald's Short Unauthorized Biography (<http://www.softpanorama.org/People/Torvalds/index.shtml>; Download 17.05.2005)
- Brunkhorst, Hauke/Kettner, Matthias (2000): *Globalisierung und Demokratie*. Wirtschaft, Recht, Medien. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Cardoso, Gustavo/Neto, Pedro Pereira (2004): Mass media driven mobilization and online protest: ICTs and the pro-East Timor movement in Portugal. In: Wim van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, Dieter Rucht (Hrsg.), *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. London und New York: Routledge, S. 147-163.
- Castells, Manuel (1997): *The Power of Identity*. Oxford: Blackwell.
- Cohen, Noam (2001): *The Political Potential of the Web* (www.dissentmagazine.org/archive/su01/cohen.shtml)
- Denning, Dorothy E. (2000): *Activism, Hacktivism, and Cyberterrorism: The Internet as a Tool for Influencing Foreign Policy* (<http://www.nutilus.org/info-policy/workshop/papers/denning.html>; Download 04.09.2003)
- Diefenbach, Katja (1997): Kontrolle, Kulturalisierung, Neoliberalismus. Das Internet als Verstärker. *Nettime* (Hrsg.): *Netzkritik*. Materialien zur Internet-Debatte. Berlin: Edition ID-Archiv, S. 71-88.
- Gerhards, Jürgen/Rucht, Dieter (1992): Mesomobilization: Organizing and Framing in Two Protest Campaigns in West Germany. *American Journal of Sociology* 98, Heft 3, S. 555-595.

- Geser, Hans (2000): On the Functions and Consequences of the Internet for Social Movements and Voluntary Associations. (http://socio.ch/movpar/t_hgeser2.htm#9; Download 12.11.2001)
- Holtgrewe, Ursula (2002): Kreativität als Norm – zum Erfolg verdammt? Open-Source-Software zwischen sozialer Bewegung und technischer Innovation. In: Jutta Allmedinger (Hrsg.): Gute Gesellschaft? Verhandlungen des 30. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Köln 2000. Opladen, Leske + Budrich, S. 399-424.
- Katz, Elihu/Lazarsfeld, Paul (1955): Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Communication. New York: Free Press.
- Le Grignou, Brigitte/Patou, Charles (2004): ATTAC(k)ing expertise: does the internet really democratise knowledge? In: Wim van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, Dieter Rucht (Hrsg.), Cyberprotest: New media, citizens and social movements. London und New York: Routledge, S. 164-179.
- Leib, Volker (2000): Bürger mit Netzanschluss. Über Partizipation, Internet und "elektronische Demokratie". In: Renate Martinsen/Georg Simonis (Hrsg.): Demokratie und Internet – (k)eine Wahlverwandtschaft? Opladen: Leske + Budrich, S. 363-386.
- Leizerov, Sagi (2000): Privacy advocacy groups versus Intel: a case study of how social movements are tactically using the internet to fight corporations. Social Science Computer Review 18 (4): 461-483.
- Macken, Deirdre (2001): Chain reaction. Australian Financial Review, 21. April.
- McNutt, John G., - Coming Perspectives in the Development of Electronic Advocacy for Social Policy Practice (http://www.criticalsocialwork.com/00_1_coming_mcn.html; LAS: 12.11.2001)
- Naughton, John (2001): Contested Space: The Internet and Global Civil Society. In: Helmut Anheier/Marlies Glasius/Mary Kaldor (Hrsg.), Global Civil Society 2001. Oxford: Oxford University Press, S. 147-168.
- Rilling, Rainer (2001): Das Internet als Kommunikationsmedium für politische Organisationen. (<http://www.rosaluxembu...e/Bib/VBib/Texte/Rilling/Rilling001.htm> (07.05.2001)
- Rosenkrands, Jacob (2004): Politicizing Homo economicus: analysis of anti-corporate websites. In: Wim van de Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, Dieter Rucht (Hrsg.), Cyberprotest: New media, citizens and social movements. London und New York: Routledge, S. 57-76.
- Rucht, Dieter (2004): The Quadruple "A": Media Strategies of Protest Movements since the 1960s. In: Wim van de Donk/Brian D. Loader, Paul G. Nixon/Dieter Rucht (Hrsg.), Cyber Protest: New Media, Citizens and Social Movements. London: Routledge, S. 29-56.
- Rucht, Dieter/Yang, Mundo/Zimmermann, Ann (2004): Die Besonderheiten politischer Kommunikation am Beispiel des Genfood-Diskurses. Gutachten im Auftrag des Deutschen Bundestages. Unveröff. Ms.
- Smith, Jackie (2001): Cyber Subversion in the Information Economy. In: Dissent 48 (2) (Spring).
- Sunstein, Cass (2001): Republic.com. Princeton und London: Princeton University Press.
- Werle, Raymund (2001): Das „Gute“ im Internet und die Civil Society als globale Informationsgesellschaft. In: Jutta Allmedinger (Hrsg.): Gute Gesellschaft? Verhandlungen des 30. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Köln 2000. Opladen, Leske + Budrich, S. 454-474.