

5 Online-Öffentlichkeiten

Das Ziel dieses Kapitels ist es, zum einen die wissenschaftliche Debatte sowie die empirische Forschung zu Online-Öffentlichkeiten darzustellen und zum anderen vor diesem Hintergrund eine eigene Konzeption massenmedialer Öffentlichkeit im Internet zu entwickeln, die den Besonderheiten des Internet Rechnung trägt und als Grundlage des empirischen Vorgehens innerhalb dieser Arbeit dient. Im ersten Schritt wird der wissenschaftliche Diskurs, der sich mit dem demokratischen Potential des Internet und insbesondere von Online-Öffentlichkeiten beschäftigt, nachgezeichnet, wobei insbesondere auf empirische Untersuchungen in diesem Feld eingegangen wird. Nach einer allgemeinen Reflektion über die Bedingungen massenmedialer Online-Öffentlichkeiten, werden daraufhin spezifische Online-Öffentlichkeiten eingegrenzt und für eine empirische Untersuchung greifbar gemacht. Anschließend werden diese neuen internetspezifischen Formen von Öffentlichkeit herkömmlichen massenmedialen Öffentlichkeiten gegenübergestellt.

5.1 Wissenschaftliche Diskussion und empirische Forschung

Die Beschäftigung mit dem Internet in den Sozial- und Geisteswissenschaften hat sich mittlerweile zu einem eigenen Forschungsfeld entwickelt. So zeigt beispielsweise Silver (2004: 55f.), wie sich dieses ‚discipline building‘ in einer Vielzahl von wissenschaftlichen Einrichtungen, Organisationen, Konferenzen, akademischen Zeitschriften und neuen Studienschwerpunkten ausdrückt. Symptomatisch ist weiter, dass zunehmend Artikel erscheinen, die das Forschungsfeld ‚Internet und Gesellschaft‘ und dabei insbesondere das Thema ‚Internet und Demokratie‘ auf einer meta-analytischen Ebene behandeln (z.B. Fisher/Wright 2001; Dahlberg 2004a; Wellman 2004).

Die wissenschaftliche Diskussion über Online-Öffentlichkeiten und ihre empirische Erforschung ist Teil des breiteren Forschungsfeldes ‚Internet und Demokratie‘. Dementsprechend soll darüber zunächst ein Überblick gegeben werden, um darauf aufbauend auf die spezifische Debatte um das politische Potential neuer Formen von Öffentlichkeit im Internet einzugehen. Im ersten Schritt werden jeweils die Grundzüge der theoretischen

Debatten skizziert und im zweiten Schritt wird auf die empirische Forschung in den jeweiligen Feldern eingegangen.

5.1.1 Internet und Demokratie

Inhaltlich kann das Forschungsfeld ‚Internet und Demokratie‘ in folgende Teilbereiche gegliedert werden (Bieber 1999):

- Informationelle Grundversorgung (Datenschutz, Zensur),
- politische Ökonomie der Computernetze,
- Transformation des politischen Systems,
- neue Formen politischer Kommunikation,
- elektronisches Wählen,
- Transformation / Strukturwandel der Öffentlichkeit,
- elektronische Demokratie als Variante der Demokratietheorie,
- Modernisierung der Verwaltung,
- neue Konzepte von Bürgerschaft und Staatlichkeit,
- Informationsgesellschaft und Globalisierung,
- politische Steuerung / Selbstregulierung.

Das Thema dieser Arbeit weist Bezüge zu mehreren dieser Teilbereiche auf. Zunächst konzentriert sich die Fragestellung nach der Konstitution von Online-Öffentlichkeiten auf die Bereiche ‚Transformation / Strukturwandel der Öffentlichkeit‘ und ‚Neue Formen politischer Kommunikation‘. Durch die Ausrichtung der Analyse auf insbesondere solche Einflüsse, die die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit befördern oder behindern können, wird zusätzlich der Bereich ‚Informationsgesellschaft und Globalisierung‘ berührt. Im Hintergrund wird die Auseinandersetzung mit dem demokratischen und transnationalen Potential von Online-Öffentlichkeiten schließlich durch den Aspekt ‚Transformation des politischen Systems‘ begleitet, da Öffentlichkeit eine der zentralen demokratietheoretischen Dimensionen darstellt.

Die Diskussion um das politische Potential des Internet ist in ihrer Gesamtheit mittlerweile unüberschaubar, was eine erschöpfende Darstellung unmöglich macht. Allerdings handelt es

sich um einen sehr redundanten Diskurs, so dass dominante Inhalte und Positionen aufgezeigt werden können.

Zeitlich kann die wissenschaftliche Diskussion um das politische und gesellschaftliche Potential des Internet bis heute in drei Phasen eingeteilt werden (Wellman 2004). Beginnend in der Mitte der 1990er Jahre war die erste Phase bis Ende der Dekade weitgehend durch Spekulationen geprägt. Empirische Untersuchungen waren eine Seltenheit. Ende der 1990er Jahre begann die zweite Phase, die zunehmend durch eine empirische Unterfütterung geprägt war. Diese Studien konzentrierten sich in erster Linie auf die Erforschung der Verbreitung der Internetnutzung und insbesondere der sozio-demographischen Merkmale der Nutzer sowie auf die Nutzung des Internet durch verschiedene politische Akteursgruppen. In letzter Zeit gehen die empirischen Untersuchungen über reine Nutzer- und Webseitenanalysen – die sich stark an herkömmliche Mediennutzerstudien anlehnen – hinaus. Die zunehmenden Versuche, sich dem Themenfeld mit neuen Ansätzen zu nähern, läutete den Beginn der dritten Phase ein. Wellman charakterisiert diese drei Phasen zusammenfassend wie folgt: „It has been easy until now. At first, no data were needed, just eloquent euphoria. The second age was low-hanging fruit with analysts using standard social science methods – and some concepts – to document the nature of the internet. Now, the real analysis begins with more focused, theoretically-driven projects.“ (Wellman 2004: 127)

Die Eckpfeiler der Diskussion um das politische Potential des Internet bilden seit ihren Anfängen folgender Positionen: optimistische, pessimistische und ambivalente bzw. neutrale Positionen.⁹⁹ Dementsprechend wird die Diskussion auf der Metaebene meist entlang eines bipolaren Kontinuums beschrieben. Die Bezeichnungen der Pole variieren je nach perspektivischer Ausrichtung: z.B. Utopisten versus Dystopisten (Fisher/Wright 2001), Euphoriker versus Skeptiker (Donges 2000), Technikdeterministen versus Sozialdeterministen (Dahlberg 2004a), ‚Mobilisation‘-Theoretiker versus ‚Reinforcement‘-Theoretiker (Norris 2000b). Auf der einen Seite werden die Autoren eingeordnet, die davon ausgehen, dass das Internet einen positiven Einfluss auf den demokratischen Prozess haben werde. Auf der anderen Seite werden jene verortet, die einen negativen Einfluss des Internet auf den demokratischen Prozess erwarten. Dazwischen stehen die Autoren, die überhaupt keine relevanten Effekte erwarten oder zu ambivalenten Einschätzungen gelangen, wie beispielsweise im Sinne der ‚normalization of cyberspace‘-These (Resnick 1997).

⁹⁹ Die Kontroverse um das demokratische Potential des Internet hat sich Anfang der 1990er Jahre in den USA entzündet und seit Mitte/Ende der 1990er Jahre auch in Deutschland Einzug gehalten.

Andere Einteilungen der Diskussion auf der Metaebene orientieren sich an zugrundeliegenden Theoremen oder Zukunftsvisionen, wie beispielsweise die von Bühl (1998: 353f.), der auf die Frage nach der Macht- und Herrschaftsrelevanz des Internet drei wesentliche Antwortrichtungen ausmacht: (1) das Demokratisierungstheorem, demzufolge das Internet zur Demokratisierung gesellschaftlicher Strukturen führt; (2) das Reproduktionstheorem, nach dem das Internet ein Spiegel der Realwelt ist, der die Herrschaftsverhältnisse der wirklichen Welt im virtuellen Raum abbildet und (3) das Potenzierungs-Theorem, gemäß dem das Internet zu einer neuen Stufe der Machtkonzentration, Vertiefung und Potenzierung bestehender Herrschaftsverhältnisse führt. Barber (1999) entwickelt ausgehend von der Annahme einer engen Verbindung zwischen Technologie und Demokratie drei mögliche Zukunftsvarianten: (1) das passive Pangloss-Szenario, in dem sich nichts ändert, sondern alles von der wirtschaftlichen Entwicklung bestimmt wird; (2) das Pandora-Szenario, in dem die Bürger zu Opfern der siegreichen Technologie werden; und (3) das positive Jefferson-Szenario, in dem die Technologie in einer dienenden Funktion dazu beiträgt, einer aktiven und verantwortlich handelnden politischen Gemeinschaft Geltung zu verschaffen.

Die Diskussion ist von Anfang an durch solche und ähnliche Dreiteilungen gekennzeichnet und arbeitet sich bis heute an den frühen Thesen und Spekulationen ab.¹⁰⁰ Inhaltlich können die dominanten Grundpositionen danach unterschieden werden, welche Aspekte des Verhältnisses zwischen Internet und Demokratie hervorgehoben werden. Die hier vorgenommene Unterscheidung konzentriert sich auf drei der zentralen Dimensionen des Konzepts Demokratie: Information, Kommunikation und Partizipation (vgl. Tsagarousianou 1999).¹⁰¹

¹⁰⁰ Zu den prominentesten Vertretern der optimistischen Seite zählten in den Anfängen insbesondere Rheingold (1991, 1993), Toffler (1993), Negroponte (1995) und Dyson (1997). Zu den Vertretern der pessimistischen Seiten zählen Buchsstein (1996, 1997), Agre (1997), Bühl (1998). Ambivalente und neutrale Positionen wurden vertreten von Resnik (1997), Barber (1998, 1999, 2002), Tsagarousianou (1999), Leggewie und Bieber (2001) Katz und Rice (2002).

¹⁰¹ Tsagarousianou (1999) wählt statt Kommunikation den Begriff des Diskurses. Da dieser jedoch stark normativ aufgeladen ist, soll für die hier vorgenommene Einteilung der neutrale und weniger weitreichende Begriff der Kommunikation verwendet werden, der auch nicht diskursive Interaktion mit einbezieht. Vergleiche zur folgenden Darstellung der inhaltlichen Positionen die Ausführungen von Winkler (2001), Fisher und Wright (2001), Tsagarousianou (1999) und Bimber (1998).

Information

Das Prinzip der Demokratie beruht auf dem Konzept der informierten Bürger. Insbesondere im Rahmen repräsentativer Demokratie soll der Bürger aufgrund seiner Informationen in der Lage sein, die politischen Repräsentanten zu wählen, die seine Ziele am besten vertreten. Gleichsam sind direkte Demokratien darauf angewiesen, dass den Bürgern ausreichende Informationen zur Verfügung stehen, damit ihnen eine politisch, sozial und ökonomisch rationale Entscheidung zu den jeweiligen Fragen möglich ist. Wie keine andere Informations- und Kommunikationstechnologie zuvor, erlaubt das Internet einen schnellen und kostengünstigen Zugriff auf Informationen in einem großen Umfang.

Optimistische Einschätzungen gehen davon aus, dass das Internet dadurch die Transparenz des politischen Prozesses enorm steigern kann. Zum einen wird der Zugriff auf jede Art politischer und behördlicher Dokumente erleichtert. Zum anderen fällt das politische Informations- und Agenda-Setting-Monopol der Massenmedien, da politische Akteure das Publikum nun in erleichterter Weise direkt auf einem medialen Weg mit ihren Positionen und Anliegen erreichen können, ohne dabei den verzerrenden Medienfiltern zu unterliegen. Dies erscheint insbesondere aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive folgenreich.

Pessimistische Einschätzungen sehen die Gefahr, dass ein Überfluss an Information einen Verlust an politischer Orientierung und damit auch politischer Handlungsfähigkeit bei den Bürgern hervorruft. Das Problem sei nicht mehr, Informationen zu erhalten, sondern vielmehr zwischen glaubwürdigen und unglaubwürdigen oder richtigen und falschen Informationen zu unterscheiden bzw. relevante Informationen in den Weiten des Internet überhaupt erst zu finden. Außerdem erleichtere das Internet nicht nur den Zugang zu verfassungskonformen Informationen, sondern auch zu verfassungsfeindlichem und kriminellem Material. Andere Befürchtungen gehen dahin, dass das politische System die neuen Möglichkeiten, Informationen abzurufen und zu gewinnen, als neue Überwachungstechnik missbrauchen könne. Aufgrund der Möglichkeit, personenbezogene Daten zu erfassen, bestehe die Gefahr einer neuen sozialen Kontrolle. Unverschlüsselte Online-Kommunikation könne die totale Überwachung gestatten, die zur Herrschaft über die Privatsphäre und die Gedanken jedes einzelnen Bürgers führen würde. Die Metapher vom ‚gläsernen Bürger‘ warnt gleichsam vor der neuen technischen Möglichkeit, Kommunikationsteilnehmer mit unerwünschten politischen Einstellungen zu identifizieren, zu disziplinieren und zu diskriminieren. Auch

wird eine zunehmende Praxis der Zensur im Internet beklagt, beispielsweise durch Suchmaschinen, die bestimmte Webseiten nicht mehr indexieren und so eine freie Meinungsäußerung unter dem Vorwand der Bekämpfung verfassungsfeindlicher oder krimineller Umtriebe untergraben könnten.

Kommunikation

Das Internet bietet neue Kommunikationswege zwischen den Bürgern sowie zwischen Bürgern und politischen Akteuren. Nach optimistischen Einschätzungen kann sich dadurch die Responsivität des politischen Systems erheblich verbessern. Newsgroups, Chats und E-Mail eröffneten neue Wege, um die Repräsentanten mit den Belangen, Positionen und der Kritik der Bürger zu konfrontieren. Das politische Handeln der Repräsentanten komme so dem Ideal eines ständigen Rückgekoppeltseins an die Interessen der Repräsentierten immer näher. Durch seinen grenzüberschreitenden Charakter fördere das Internet zusätzlich ein kosmopolitisches Weltbild, das rein nationalstaatliche Betrachtungsweisen ablöse. Kommunikation und Information würden nicht mehr in erster Linie durch nationale Grenzen beschränkt, sondern orientierten sich stärker an grenzüberschreitenden gemeinsamen Interessen.

Pessimistische Einschätzungen warnen hingegen vor einer zunehmenden Fragmentierung der Gesellschaft in unverbundene Teilöffentlichkeiten, in denen sich bestehende Ansichten und Positionen verfestigten, ohne reflektiert zu werden. Andere befürchten, dass sich die kommunikativen Machtverhältnisse im Internet nur replizieren oder gar verschärfen, indem insbesondere diejenigen daraus Nutzen ziehen könnten, die den politischen Diskurs sowieso schon dominierten.

Partizipation

Es können mindestens zwei Formen von Partizipation unterschieden werden: institutionalisierte und extra-institutionelle. Partizipation im Sinne institutionalisierter Praktiken sind beispielsweise Wahlen. Optimisten sehen die Möglichkeit, die Bürgerbeteiligung an diesen Verfahren mit Hilfe des Internet zu steigern, da die jeweiligen

Prozeduren online weniger aufwändig in der Durchführung und der Teilhabe wären. Andere wollen den politischen Prozess durch direktdemokratische Verfahren ergänzen, deren Durchführung durch das Internet gleichsam erleichtert würde (z.B. Referenden). Pessimistische Einschätzungen warnen diesbezüglich vor Manipulation, Beliebigkeit und unsicherer Datenschutzzlage.

Extra-institutionelle Partizipation bezieht sich auf nicht institutionalisierte politische Teilhabe der Bürger im Rahmen zivilgesellschaftlichen Engagements bis hin zu unterschiedlichen Protestformen. Optimisten sehen hier im Internet ein enormes Mobilisierungspotential, das es Gleichgesinnten ermögliche, sich zu organisieren und mit ihren Anliegen eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen als es über herkömmliche Medien möglich wäre. Dabei böte das Internet insbesondere ressourcenschwachen Akteuren völlig neue Möglichkeiten der internen und externen Information, Kommunikation und Mobilisierung.¹⁰² Pessimistische Stimmen verweisen darauf, dass diese Möglichkeiten nicht nur zivilgesellschaftlichen Akteuren zur Verfügung stünden, sondern auch dem politischen Zentrum, so dass die bisherigen Machtstrukturen nicht in Frage gestellt werden würden. Weiter wird auf die Bedeutung von persönlichem Kontakt für die Stabilität und Handlungsfähigkeit von Gruppen verwiesen, so dass ein kontinuierliches Engagement ausschließlich über das Internet nur schwer zu gewährleisten sei.

Alle drei Dimensionen (Information, Kommunikation und Partizipation) betreffend wird die Diskussion um den so genannten ‚digital divide‘, im Sinne einer digitalen Spaltung innerhalb und zwischen Gesellschaften, geführt. Nach Norris (2001) lassen sich drei Formen unterscheiden: (1) ‚global divide‘, der die ungleichen Zugangs- und Nutzungschancen des Internet zwischen Industrie- und Entwicklungsländern bezeichnet, (2) ‚social divide‘, der die Schere zwischen den informierten (‚information rich‘) und uninformierten (‚information poor‘) Bürgern innerhalb einer Gesellschaft beschreibt, bzw. die ungleich verteilten Zugangschancen zwischen unterschiedlichen sozialen Gruppen, (3) ‚democratic divide‘ zwischen den Bürgern, die die neuen Chancen politischen Engagements, Mobilisierung und Partizipation nutzen und denen, die sie nicht nutzen. Optimistische Einschätzungen gehen davon aus, dass sich die Ungleichheiten – zumindest in den Industrieländern – über die Zeit hin abschwächen werden. Pessimistische Einschätzungen sehen stattdessen den Beginn einer tiefgreifenden strukturellen Spaltung innerhalb und zwischen Gesellschaften.

¹⁰² Protest kann dabei nicht nur über das Internet organisiert werden, sondern auch im Internet selbst stattfinden, wie beispielsweise durch das Lahmlegen oder „hacken“ von Webseiten.

Die Diskussion um das politische Potential des Internet kann weiter danach unterschieden werden, auf welche durch das Internet gebotenen Möglichkeiten sich die Hoffnungen oder Befürchtungen konzentrieren. Dabei ist die jeweils eingenommene demokratiethoretische Perspektive ein maßgeblicher Faktor. So zeigt beispielsweise van Dijk (2000) anhand der Unterscheidung sieben verschiedener demokratiethoretischer Ansätze, wie sich Hoffnungen und Schwerpunktsetzungen bei der Auseinandersetzung mit den Potentialen des Internet jeweils unterscheiden.¹⁰³ In einer deutlich größeren Unterscheidung betonen Vertreter eines repräsentativen Demokratiemodells die Möglichkeiten des erleichterten Informationsaustausches zwischen Bürgern und dem politischen System durch das Internet. Vertreter direktdemokratischer Modelle richten ihre Hoffnung hingegen in erster Linie auf die erleichterte Durchführung partizipatorischer Verfahren durch das Internet.

Die empirische Erforschung des politischen Potentials des Internet kann anhand des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes – und damit in den meisten Fällen auch anhand der verwendeten Methode – grob in drei Gruppen eingeteilt werden: (1) Studien auf der Nutzerebene, (2) Studien auf der Angebotsebene und (3) Studien auf der Ebene struktureller Besonderheiten des Internet.

Studien auf der Nutzerebene

Studien auf der Nutzerebene untersuchen meist Verbreitung, Häufigkeit und Art der Internetnutzung. Sozio-demographische und sozio-ökonomische Merkmale der Internetnutzer, sowie derjenigen, die das Internet nicht nutzen, bilden weitere Untersuchungsgegenstände. Viele der Studien in diesem Feld sind quantitative Erhebungen, die auf herkömmlichen Befragungsmethoden beruhen, teilweise aber auch online durchgeführt werden. Zu Beginn waren solche Untersuchungen in erster Linie von wirtschaftlichen Interessen geleitet und wurden durch Marktforschungs- und ähnliche Unternehmen durchgeführt. Später begannen auch staatliche Institutionen, derartige Analysen in Auftrag zu geben. Gleichzeitig nahm die wissenschaftlich initiierte Forschung zu. Langzeitprojekte wurden ins Leben gerufen, wie beispielsweise das Pew Internet & American Life Project (<http://www.pewinternet.org>) oder das World Internet Project (<http://www.worldinternetproject.net/>) (vgl. Wellman 2004).

¹⁰³ Van Dijk (2000) unterscheidet zwischen legalist, competitive, plebiscitary, pluralist, participatory und libertarian democracy.

Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive sind insbesondere die Arbeiten unter dem Aspekt des bereits dargestellten digital divide von Interesse (z.B. Norris 2000a; Katz et al. 2001; Norris 2001; Bonfadelli 2002; Katz/Rice 2002; Chen/Wellman 2003; Selwyn 2004). Zum einen wurde hier die bestehende Kluft in Bezug auf Internetzugang und -nutzung zwischen den Industrieländern und den so genannten Entwicklungsländern veranschaulicht.¹⁰⁴ Zum anderen wurde gezeigt, dass der Einfluss sozio-demographischer (z.B. Geschlecht, Alter) und sozio-ökonomischer Faktoren (z.B. Bildung, Einkommen) auf die Internetnutzung im Vergleich zu den Anfangsjahren zwar abnimmt, aber auch in Industrienationen weiterhin eine wichtige Rolle spielt.

Andere Studien auf der Nutzerebene untersuchen in erster Linie das Verhältnis zwischen Internetnutzung und politischer Partizipation (z.B. Bimber 2001; Norris 2001; Scheufele/Nisbet 2002; Tolbert/Mc Neal 2003; Weber/Loumakis 2003). Der Tenor der meisten dieser Studien lautet, dass vor allem die Bürger, die sowieso schon politisch interessiert und aktiv sind, das Internet zur politischen Partizipation und Information nutzen, während der Teil der Bevölkerung, der kein Interesse an Politik hat, auch das Internet nicht zur politischen Information oder Partizipation verwendet: „With the important exception of age, if the profile for Net users is similar to the profile for those already most likely to participate politically, the Internet may function to reinforce rather than transform the existing social inequality in civic society.“ (Norris 2000b: 130) In eine ähnliche Richtung weisen Untersuchungen, die den Zusammenhang zwischen Internetnutzung und Sozialkapital untersuchen (z.B. Shah et al. 2001; Quan-Haase/Wellman 2004).

Studien auf der Angebotsebene

Studien auf der Angebotsseite lassen sich danach unterscheiden, welche Anbieter untersucht werden. In der Regel sind sie auf eine bestimmte Akteursgruppe hin ausgerichtet. Vergleiche zwischen unterschiedlichen Gruppen sind selten. Lange Zeit konzentrierten sich die Untersuchungen hierbei in erster Linie auf die Angebote staatlicher Akteure wie Regierungen, Parlamente, Parteien und auf die Nutzung des Internet durch solche Akteure in besonderen

¹⁰⁴ „The digital divide reflects the broader context of international social and economic relations: a center-periphery order marked by American predominance. There are large disparities of Internet access between affluent nations at the core of the Internet-based global network and poor countries at the periphery that lack the skills, resources and infrastructure to log on in the information era.“ (Chen/Wellman 2003: 25)

politischen Phasen, wie beispielsweise während Wahlkämpfen (z.B. Prümm 1996; Bieber 1999; Davis 1999; Kaiser 1999; Döring 2003; Norris 2003). Die Untersuchung der Online-Angebote von sozio-ökonomischen Interessengruppen und anderen zivilgesellschaftlichen Akteuren, nimmt erst in den letzten Jahren langsam zu (Kaiser 1999; Martínez 2003; Ward/Lusoli 2003; van de Donk et al. 2004). Relativ gut erforscht sind mittlerweile die Angebote von Online-Medien (z.B. Zürn 2000; Salaverria 2005). Insgesamt handelt es sich hierbei in den meisten Fällen um Inhaltsanalysen von Webseiten, die einen Fallstudiencharakter aufweisen. In einigen Fällen werden die inhaltsanalytischen Erkenntnisse durch Interviews ergänzt.

Studien auf der Ebene struktureller Besonderheiten des Internet

Studien, die strukturelle Besonderheiten des Internet im Hinblick auf ihr politisches Potential untersuchen, stellen in erster Linie Hyperlinkanalysen dar. Hyperlinks sind internetspezifische Formen der Verknüpfung, die unterschiedliche Webseiten miteinander verbinden und somit im komplexen Informationsraum des Internet eine strukturierende Funktion übernehmen. Hyperlinkanalysen betrachten, welche Strukturen im Internet durch diese Verknüpfungen entstehen. In der informationswissenschaftlichen Forschung stößt die Hyperlinkanalyse schon seit einigen Jahren auf reges Interesse. Im Rahmen sozialwissenschaftlicher Fragestellungen erhält sie allerdings erst seit kurzer Zeit verstärkt Aufmerksamkeit. Ein Teil der Forschung stützt sich hierbei vornehmlich auf die Methoden der klassischen Zitationsanalyse und wird im englischsprachigen Raum als ‚webometrics approach‘ bezeichnet. Angewandt wurde dieser Ansatz bisher auf die unterschiedlichsten Bereiche, wie beispielsweise auf die Verlinkung von Zeitschriftenartikeln (z.B. Goodrum et al. 2001), von Ländern (z.B. Thelwall 2001), von Universitäts-Webseiten (vgl. Thelwall/Harries 2003) oder von kommerziellen Webseiten (z.B. Thelwall 2001).

Der andere Teil der Forschung steht in der Tradition der Netzwerkanalyse.¹⁰⁵ Solche Untersuchungen erstrecken sich bisher weitgehend auf Hyperlinknetzwerke im Rahmen von E-commerce (z.B. Krebs 2000), politischen Parteien (Ackland/Gibson 2004), sozialen Bewegungen (Garrido/Halavais 2003), politischen Angeboten (Meurer 2003) interpersonaler (z.B. Park et al. 2000), interorganisatorischer (z.B. Park et al. 2002) oder internationaler

¹⁰⁵ Einen guten Überblick für beide Ansätze bieten Park/Thelwall (2003).

Kommunikation (Brunn/Dodge 2001). Erforscht wurden auch das Entstehen und die Veränderung von Hyperlinksstrukturen zwischen Webseiten während Wahlkämpfen oder ähnlichen Ereignissen (Foot/Schneider 2002; Foot et al. 2003). Auch gibt es erste Versuche, Hyperlinkanalysen mit Inhaltsanalysen von Webseiten zu verknüpfen, wie es beispielsweise in der Arbeit von Tateo (2005) über italienische rechtsextremistische Gruppen im Internet getan wurde.

Während die meisten der Untersuchungen der Nutzerseite und der Hyperlinkstruktur das Internet aufgrund ihres methodischen Zugangs als einen komplexen Informations- und Kommunikationsraum konzipieren, verbleiben inhaltsanalytische Untersuchungen von Webseiten häufig auf einer sehr eingeschränkten Betrachtungsebene. Bei Nutzerbefragungen geht es beispielsweise darum, welche unterschiedlichen Anwendungen auf welche Art im Internet genutzt werden und wie auf diese Weise ein neuer Aktions- und Interaktionsraum entsteht. Hyperlinkanalysen betrachten, welche neuen kommunikativen und interaktiven Räume sich im Internet durch Hyperlinkverweise zwischen unterschiedlichen Webseiten entwickeln. Empirische Studien über die Anbieterseite eröffnen zwar sehr interessante Einblicke in die Angebote einzelner Anbieter auf der Grundlage inhaltsanalytischer Untersuchungen, jedoch wird das Internet hier häufig lediglich als eine Ansammlung einzelner Webseiten konstruiert. Gerade im Internet gilt jedoch, dass das Ganze mehr ist als die Summe seiner Teile. Je nach Forschungsfrage ist solch eine isolierte Betrachtung einzelner Webseiten durchaus sinnvoll. Die Frage ist jedoch, ob eine Betrachtung des Internet als Ansammlung isolierter Webseiten dem tatsächlichen Potential des Internet im Hinblick auf neue Formen von Online-Öffentlichkeiten gerecht werden kann. Wie Online-Öffentlichkeiten bisher operationalisiert und untersucht wurden, soll nun vor dem Hintergrund dieser Frage dargestellt und diskutiert werden.

5.1.2 Das demokratische Potential von Online-Öffentlichkeiten

Die Auseinandersetzung um das politische Potential von Online-Öffentlichkeiten zieht sich durch die gesamte Diskussion um das demokratische Potential des Internet, da Öffentlichkeit alle der drei oben zur Unterscheidung benannten Ebenen des demokratischen Prozesses umfasst: Information, Kommunikation und Partizipation.

Anders als in den meisten Zusammenfassungen des wissenschaftlichen Diskurses über Online-Öffentlichkeiten soll dieser hier nicht als ein polarisiertes Feld zwischen Euphorikern und Apokalyptikern nachgezeichnet werden. Auch wenn es ein in der Wissenschaft beliebter und durchaus hilfreicher Kunstgriff ist, zunächst seine ‚Gegner‘ aufzustellen, um sie anschließend zu ‚zerpflücken‘, wird dieses Vorgehen in diesem Fall der Diskussion der letzten Jahre nicht mehr gerecht. Es gibt kaum noch wissenschaftlich ernstzunehmende Autoren, die im Internet und insbesondere in Online-Öffentlichkeiten die ultimative Rettung der Demokratie oder deren apokalyptischen Untergang sehen. Man kann in dieser Entwicklung nach Di Maggio et al. vielmehr ein Muster erkennen:

Early writings project utopian hopes on the new technology, eliciting a dystopian response. Research on each topic yields two conclusions. First, the Internet's impact is more limited than either utopian or dystopian visions suggest. Second, the nature of that impact will vary depending on how economic actors, government regulation, and users collectively organize the evolving Internet technology. (DiMaggio et al. 2001: 310)

Es ist sicherlich richtig, dass die differenzierenden und abwägenden Stimmen erst in den letzten Jahren die Führung übernommen haben. Aber sie haben sich durchgesetzt. Das Problem der aktuellen wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Potential von Online-Öffentlichkeiten liegt meiner Meinung nach nicht in erster Linie auf der Ebene der theoretischen Auseinandersetzung, sondern vielmehr auf der Ebene des empirischen Zugangs. Es geht nicht mehr wie zu Beginn der Debatte darum, dass es so gut wie keine empirischen Untersuchungen gibt und sie weitgehend rein spekulativ bleibt. Seit Ende der 1990er Jahre hat die Anzahl empirischer Studien zu Online-Öffentlichkeiten von Jahr zu Jahr zugenommen, so dass mittlerweile ein ansehnlicher Fundus empirisch gewonnener Erkenntnisse vorliegt. Das Problem speist sich vielmehr aus zu eingeschränkten und zu wenig innovativen methodischen Zugängen, die dem Internet als neuem Medium nicht gerecht werden.

Einer der dominantesten Ansätze ist der, sich damit auseinander zu setzen, ob das Internet eine deliberative Öffentlichkeit – meist im Sinne von Habermas – befördern kann, die als Gegenstück zur defizitären massenmedialen Öffentlichkeit fungieren könnte (Brants et al. 1996; Ess 1996; Connery 1997; Knapp 1997; Poster 1997; Schneider 1997; Fernbeck 1998; Hill/Hughes 1998; Bieber 1999; Coleman 1999; Tsagarousianou 1999; Sassi 2000; Wilhelm 2000; Dahlberg 2001b; Gimmler 2001; Ranerup 2001; Savigny 2002; Couldry 2003; Rogg 2003; Poor 2005). Andere legen auf ähnliche Weise ihren Fokus auf die mögliche Entstehung von Gegen- und Alternativöffentlichkeiten, die die existierenden Machtstrukturen innerhalb

der Gesellschaft in Frage stellen könnten (Becker/Wehner 2001; Downey/Fenton 2003). Wieder andere warnen vor der Gefahr einer zunehmenden Fragmentierung der Öffentlichkeit durch das Internet (Buchstein 1997; Holtz-Bacha 1998; Sunstein 2001; Welz 2002).¹⁰⁶ Eine Reihe von Autoren konzentriert sich mittlerweile auf eine kritische Auseinandersetzung mit allzu euphorischen oder allzu apokalyptischen Erwartungen (Barnett 1997; Donges/Jarren 1999; Marschall 1999; Donges 2000; Dahlberg 2001a; Agre 2002; Oblak 2002; Papacharissi 2002; Ulrich 2004).

Auch wenn die Diskussion auf theoretischer Ebene weit gefächert ist, bleibt die empirische Untersuchung des demokratischen Potentials von Online-Öffentlichkeiten bis heute eindimensional. Wenn Online-Öffentlichkeiten erforscht werden, geschieht das beinahe ausschließlich durch inhalts- und diskursanalytische Untersuchungen von Diskussions-Foren im Internet (Reid 1999; Jankowski/van Selm 2000; Fung 2002; Hagemann 2002; Tsaliki 2002; Jensen 2003; Jankowski/van Os 2004), Electronic Bulletin Boards (Rheingold 1993; Benson 1996; Roberts et al. 2002) Mailing-Listen (Schulz 2000; Stegbauer 2001), USENET-Gruppen (Schneider 1997; Davis 1999; Wilhelm 2000) oder andere Webseiten, die von einzelnen Akteuren angeboten werden (Bieber 1999; Poor 2005).

In der überwiegenden Zahl der Fälle wird die Kommunikation in diesen Online-Foren an den idealtypischen Maßstäben einer deliberativen Öffentlichkeit gemessen, wobei der Vergleich meist ernüchternd ausfällt. Empirische Studien, die das Potential des Internet untersuchen, transnationale und insbesondere europäische Formen von Öffentlichkeit zu befördern, gibt es hingegen so gut wie gar nicht. Die wenigen vorliegenden Studien beschränken sich in ähnlicher Weise auf Einzelfälle. Den Untersuchungsgegenstand bilden entweder Online-Diskussionsforen, wobei der Grad der Transnationalität oder Europäisiertheit der Diskurse

¹⁰⁶ Donges unterteilt die vorliegenden Positionen zu Internetöffentlichkeit anhand unterschiedlicher Öffentlichkeitsmodelle wiederum in eine enthusiastische Position und eine skeptische Position. Enthusiastische Positionen unterscheidet er dabei weiter nach radikal plebiszitär und gemäßigt deliberativ. Radikal plebiszitäre Positionen haben einen stark diskurstheoretischen Öffentlichkeitsbezug und sehen den Einfluss des Internet auf das politische System in seinem Umbau. Sie prophezeien das Entstehen einer ‚zweiten Öffentlichkeit‘ durch politische Online-Kommunikation. Gemäßigt deliberative Ansätze beziehen sich auf einen eher abgeschwächten diskurstheoretischen Öffentlichkeitsbegriff und gehen davon aus, dass das Internet zu einer positiven Stärkung des politischen Systems führen und sich die Öffentlichkeit erweitern werde. Die skeptische Position geht hingegen von keinen oder nur wenigen Veränderungen des politischen Systems durch das Internet aus. Das Internet wird primär als ein Hilfsmittel für die Akteure der bisherigen politischen Öffentlichkeit angesehen. Das zugrunde liegende theoretische Modell von Öffentlichkeit lehnt sich an das systemtheoretische Spiegelmodell an. Enthusiastischen Positionen wird von den Skeptikern entgegengehalten, dass die bestehenden Barrieren zwischen Bürgern und politischem System nicht primär technischer, sondern sozialer Natur sind. Als empirischen Bezugspunkt macht Donges (2000: 262f.) bei enthusiastischen Positionen eher Sonderfälle des politischen Prozesses aus, wohingegen skeptische Herangehensweisen eher den Normalfall des politischen Prozesses untersuchen.

anhand des Anteils unterschiedlicher Nationalitäten, die sich an den Diskussionen beteiligen, operationalisiert wird (Cammaerts/Audenhove 2005; Wodak/Wrighth im Erscheinen). Oder es werden Webseiten einzelner politischer Akteure analysiert. So untersucht beispielsweise Loitz (2001), inwieweit die Webseite der Europäischen Kommission zu einer Herausbildung einer europäischen Öffentlichkeit beitragen könnte.

Dahlberg kritisiert das methodische Vorgehen, das den meisten Studien über Online-Öffentlichkeiten zugrunde liegt, in drei Punkten (Dahlberg 2004b):

First, the public sphere as critical conception tends to be poorly theorised as specified. Second, the transition between public sphere definition and empirical evaluation is often poor. This is largely due to inadequate sensitivity to the development of evaluative indicators, which leads to sketchy results and significant loss of meaning. Third, explanation is poorly addressed, while extension of findings often takes place by erroneously assuming a statistical generalisability of results from a limited sample of cases. (Dahlberg 2004b: 39)

Als Lösung schlägt Dahlberg vor, eine robuste normative Konzeption von Öffentlichkeit zu entwickeln, die auf den Arbeiten von Habermas aufbaut. Weiter fordert er, dass bessere Indikatoren innerhalb der Operationalisierung der einzelnen Kriterien erarbeitet werden müssen und verstärkt Fallstudienvergleiche angestellt werden sollten.

Diese Kritik ist durchaus berechtigt, greift meiner Meinung nach jedoch ebenso wie die vorgeschlagenen Lösungsansätze deutlich zu kurz. Das Problem der bisherigen empirischen Untersuchung von Online-Öffentlichkeiten liegt wie bereits angedeutet in einem zu eingeschränkten Zugang. Damit meine ich nicht, dass die Kriterien, mit denen die deliberative Qualität von Online-Diskussionsforen gemessen wird, im Allgemeinen nicht elaboriert genug wäre. Problematisch ist in meinen Augen vielmehr, dass Online-Öffentlichkeit bisher nur in der Form von Diskussionsforen konzeptionalisiert wurde. Damit wird Öffentlichkeit im Internet darauf reduziert, was auf einzelnen Webseiten geschieht und das Internet wird in der Folge als bloße Ansammlung einzelner unzusammenhängender Webseiten untersucht. Wie Agre jedoch treffend feststellt: „The problem in either case is that the public sphere is, and always will be, a much larger phenomenon than an Internet discussion forum.“ (Agre 2002: 311)

Diskussionsforen sind eine wichtige Form von Online-Öffentlichkeit. Sie stellen jedoch mit Sicherheit nicht die einzige Form dar. Diskussionsforen können als eine Online-Version

herkömmlicher Begegnungs- oder Encounter-Öffentlichkeiten betrachtet werden, die in einem festgesteckten Rahmen und nach bestimmten Regeln, die von Webseite zu Webseite variieren, stattfinden. Leute begegnen sich mehr oder weniger zufällig in einem Online-Forum und fangen an, sich zu ‚unterhalten‘. Im Gegensatz zu Offline-Encounter-Öffentlichkeiten ist diese Form durch einen hohen Grad an Anonymität und eine relativ starke Zeit- und Raumanabhängigkeit gekennzeichnet. Ansonsten zeichnen sie sich in ähnlicher Weise durch Zerbrechlichkeit, relative Strukturlosigkeit, starke Themenfluktuation, wechselnde Teilnehmerschaft und einem sich dementsprechend ständig verändernden Meinungsstand aus; was nicht zwangsläufig bedeutet, dass sie keinen Einfluss haben können. Es ist auch durchaus eine interessante Frage, inwieweit solche Encounter-Öffentlichkeiten den Maßstäben deliberativer Öffentlichkeit gerecht werden. Diese Form von Online-Öffentlichkeit als die einzige Form von Öffentlichkeit im Internet zu untersuchen, wird dem neuen Medium allerdings nicht gerecht.

Die Beschränkung des überwiegenden Teils der bisherigen empirischen Forschung auf Diskussionsforen ist umso erstaunlicher, wenn man bedenkt, unter welchen Aspekten das Potential des Internet in Bezug auf Online-Öffentlichkeiten auf theoretischer Ebene diskutiert wird. Ein zentraler Punkt, der immer wieder angeführt wird, ist der, dass das Internet es politischen Akteuren ermögliche, die Bürger direkt – unter Umgehung der verzerrenden Berichterstattung der herkömmlichen Massenmedien – zu erreichen. Ob dies der Fall ist, kann jedoch nicht durch diskursanalytische Untersuchungen einzelner Online-Diskussionsforen geprüft werden. Auch schwingt in der Debatte meist explizit oder implizit der Vergleich mit herkömmlichen Öffentlichkeiten mit, wobei dahinter die Hoffnung steht, dass Online-Öffentlichkeiten eine demokratischere Variante darstellen könnten. Die wichtigste Form von Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften ist jedoch die massenmediale Öffentlichkeit. Es erscheint mir nicht überzeugend, dass einzelne Online-Diskussionsforen ein adäquates Pendant zu dieser Form von Öffentlichkeit darstellen sollen. Vielmehr handelt es sich hierbei um Begegnungsöffentlichkeiten, die ihr Pendant in Offline-Begegnungsöffentlichkeiten haben. Wenn man die Potentiale dieser Online-Begegnungsöffentlichkeiten untersuchen will, würde ich im Gegensatz zu Dahlberg (2004b) nicht nur für eine verstärkte Konzentration auf Fallstudienvergleiche von Online-Diskussionsforen plädieren, sondern auch für die Durchführung systematischer Vergleiche der kommunikativen Strukturen von Online-Diskussionsforen mit Offline-Diskussionsforen. Nur so kann entschieden werden, zu welchen Veränderungen das Internet hier tatsächlich führt.

Ich denke, dass es an der Zeit ist, bei der empirischen Untersuchung von Online-Öffentlichkeiten einen anderen Blickwinkel einzunehmen, der es ermöglicht, neue Formen massenmedialer Öffentlichkeiten, die im Internet entstanden sind, theoretisch und empirisch greifbar zu machen oder wie Di Maggio es in einem breiteren Kontext auf den Punkt bringt:

The relatively few sociologists who study the Internet have focused disproportionately on virtual communities, a worthy topic, but not the only one. And in that area, as well as in research on the Internet's impact on inequality, politics, organizations, and culture, we need to develop explanatory models that distinguish between different modes of Internet use and that tie behaviour directly to social and institutional context. (DiMaggio et al. 2001: 329)

Im Folgenden soll ein theoretischer und insbesondere empirischer Zugang zu Online-Öffentlichkeiten entwickelt werden, der sowohl die Nutzerseite, die Angebotsseite als auch strukturelle Besonderheiten des Internet berücksichtigt. Im Mittelpunkt steht dabei nicht nur die Untersuchung des demokratischen Potentials von Online-Öffentlichkeiten, sondern ebenso die des bisher vernachlässigten transnationalen und insbesondere europäischen Potentials von Online-Öffentlichkeiten. Weiter ist ein Ansatz zu entwickeln, der es ermöglicht, die Realität von Online-Öffentlichkeiten nicht nur anhand idealtypischer und hochgradig normativer Anforderungen zu bewerten, sondern ihr Potential aus dem Vergleich mit Offline-Öffentlichkeiten heraus zu bestimmen.

5.2 Die Eigenschaften und Bedingungen massenmedialer Online-Öffentlichkeiten

Im Gegensatz zu den vorgestellten theoretischen und insbesondere empirischen Konzeptionen von Online-Öffentlichkeit, welche die wissenschaftliche Diskussion dominieren, wird in dieser Arbeit das Internet als ein Raum kommunikativer Interaktion begriffen, der mehr ist als eine Ansammlung einzelner Webseiten, da das Potential des Internet, die Strukturen medialer Öffentlichkeit zu verändern, durch die isolierte Analyse einzelner Webseiten nicht adäquat untersucht werden kann. Bevor das dieser Arbeit zugrunde liegende Verständnis von Online-Öffentlichkeit entwickelt wird, ist deutlich zu machen, auf welchen Ebenen das Internet mediale Öffentlichkeit überhaupt verändern kann und auf welche Ebene sich die hier vorliegende Arbeit bezieht.

Es können mindestens zwei Formen unterschieden werden, in denen das Internet die Strukturen medialer Öffentlichkeit beeinflussen kann:

1. Ein *indirekter Einfluss des Internet auf die Strukturen medialer Öffentlichkeit*: Das Internet verändert die Strukturen herkömmlicher medialer Öffentlichkeit.
2. Ein *direkter Einfluss des Internet auf die Strukturen medialer Öffentlichkeit*: Das Internet bildet neue internetspezifische Formen von Öffentlichkeit aus, die im Rahmen herkömmlicher Medien nicht möglich sind bzw. andere strukturelle Bedingungen aufweisen.

In Bezug auf den indirekten Einfluss des Internet auf die Strukturen medialer Öffentlichkeit können drei Varianten unterschieden werden.

Erstens kann das Internet von Journalisten zu Recherchezwecken verwendet werden und damit als eine neue Quelle politischer Information die Berichterstattung indirekt beeinflussen.

Zweitens können herkömmliche Medienanbieter ihr Offline-Angebot zusätzlich im Internet anbieten, was mittlerweile bei so gut wie allen kleineren und größeren Medienanbietern der Fall ist. Dabei kann sich das Online-Angebot durchaus von den Offline-Ausgaben der Anbieter unterscheiden. Das Angebot kann beispielsweise aktueller sein, da es keinen verbreitungstechnisch bedingten Redaktionsschluss oder feste Sendeplätze gibt. Zusätzlich existieren im Internet theoretisch keine Platz- und Zeitbeschränkungen. Dementsprechend können im Internet ausführlichere oder weiterführende Informationen angeboten werden als in Offline-Angeboten. Gleichzeitig können Archive zur Nutzung alter Informations-Angebote leicht zugänglich gemacht werden. Schließlich können Online-Ausgaben die Möglichkeiten des Internet zur Integration unterschiedlicher Darstellungsformen nutzen und diese miteinander kombinieren (Text, Bild, Ton) oder neue Kommunikationsformen anbieten (z.B. Chats, E-mail, etc.).

Drittens existieren spezifische Internetmedien neben diesen zusätzlichen Online-Versionen von Offline-Ausgaben herkömmlicher Medienanbieter. Mit dem Begriff Internetmedien bezeichne ich hier journalistische Angebote, die nur online existieren und kein Offline-Pendant haben, wie beispielsweise das deutsche Online-Angebot *Netzeitung.de* (<http://www.netzeitung.de/>) oder das transnationale Online-Angebot *Indymedia* (<http://www.indymedia.org/>). Die Netzeitung stellt ein klassisches journalistisches Format

(Redaktion, Chefredakteur usw.) dar.¹⁰⁷ Demgegenüber versteht sich *Indymedia* als ein multimediales Netzwerk unabhängiger und alternativer Medien, Medienmacher, engagierter Einzelpersonen und Gruppen, mit dem Ziel, eine offene, nichtkommerzielle Berichterstattung sowie Hintergrundinformationen zu aktuellen sozialen und politischen Themen zu bieten. Theoretisch kann jeder einen Artikel bei *Indymedia* veröffentlichen. Es gibt keine Redaktion, sondern nur eine Moderation, die darauf achtet, dass bestimmte Standards eingehalten werden.¹⁰⁸ Entstanden ist *Indymedia* im Jahr 1999 im Zuge der Proteste gegen die WTO in Seattle, um ein unabhängiges Mediencenter einzurichten, das über die Proteste berichtet. Dementsprechend steht *Indymedia* bis heute politisch der globalisierungskritischen Bewegung sehr nahe.¹⁰⁹

Bei den beschriebenen Angeboten – ob Online-Versionen von Offline-Medien oder reinen Online-Medien – handelt es sich jedoch weiterhin um journalistische Angebote in einem publizistischen Sinne, denen eine journalistisch-reflexive Leistung zugrunde liegt.¹¹⁰ Sie sind keine internetspezifischen Formen von Öffentlichkeit, in der kommunikative und interaktive Räume entstehen, die es in vergleichbarer Weise in den herkömmlichen Medien nicht gibt. Vielmehr handelt es sich um eine Online-Version herkömmlicher medialer Öffentlichkeit.

¹⁰⁷ Der redaktionelle Kodex der Netzeitung lautet (Auszug): „Die Redaktion der Netzeitung berichtet unabhängig von wirtschaftlichen oder politischen Interessen, auch jenen der Gesellschafter der NZ Netzeitung GmbH, Berlin, über alle relevanten Themen und Ereignisse aus Politik, Wirtschaft, Sport, Wissenschaft, Kultur, Internet, Medien und Unterhaltung. Sie orientiert sich in ihrer Berichterstattung an der Spruchpraxis des Deutschen Presserats und ist in höchstem Maß zu Objektivität und Wahrhaftigkeit verpflichtet.“ (http://www.netzeitung.de/servlets/region?name=__Kodex&item=155463, 07.06.05).

¹⁰⁸ Nicht zugelassen sind sexistische, rassistische, faschistische oder antisemitische Beiträge.

¹⁰⁹ Die Selbstbeschreibung von *Indymedia* auf ihrer Webseite lautet: „The Independent Media Center is a network of collectively run media outlets for the creation of radical, accurate, and passionate tellings of the truth. We work out of a love and inspiration for people who continue to work for a better world, despite corporate media's distortions and unwillingness to cover the efforts to free humanity.“ (<http://www.indymedia.org/de/static/about.shtml>, 07.06.05)

¹¹⁰ Es gibt herkömmliche Medienanbieter, die neben ihren publizistisch-journalistischen Angeboten im Internet auch neue internetspezifische Formate anbieten. So zum Beispiel der britische Sender *BBC*, der mit seiner Webseite *BBC iCan* (<http://www.bbc.co.uk/dna/ican/>) eine Online-Plattform im Sinne eines Kampagnen-Baukastens bereitstellt. Dabei handelt es sich um eine – durch Berichterstattung unterstützte – Webseite, die darauf abzielt, den Bürgern die ersten Schritte zu erleichtern, falls sie sich für Themen einsetzen wollen, die sie betreffen oder interessieren. Auf der Web-Seite befinden sich Tools zum Aufbauen von Online-Communities, Hintergrundinformationen und Anleitungen, wie man als Bürger eine Kampagne auf die Beine stellen kann. Es gibt die Möglichkeit, Gleichgesinnte über die Webseite zu finden, neue Initiativen zu gründen oder sich darüber zu informieren, welche Initiativen es in einem bestimmten Bereich schon gibt. Das erklärte Ziel der Webseite ist es, Bürgerbeteiligung effektiv zu unterstützen. Martin Vogel, der verantwortliche Projektleiter der *BBC* für das *iCan* Projekt, beschreibt die Intention von *BBC iCan* in einem Interview folgendermaßen: „iCan soll keine hermetische und von der wirklichen Welt abgeschottete Web-Community sein. Vielmehr soll es den Menschen helfen, auf ihre reale Umgebung einzuwirken. So kann man *iCan* z.B. nach Thematik oder nach Region durchsuchen und so andere finden, die sich für das gleiche Thema interessieren. Wir ermutigen auch die Benutzer, ihre Erfahrungen im Hinblick auf bisheriges Engagement mit den anderen zu teilen, so dass diese davon lernen können.“ (http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/bbc_vogel_interview1004.shtml, erschienen am 25.10.04). Solche Beispiele für ein nicht primär journalistisches Engagement und Auftreten von herkömmlichen Medien im Internet sind jedoch bisher kaum verbreitet.

Dies ist im Falle der Online-Ausgaben von Offline-Angeboten auf den ersten Blick ersichtlich. Bei reinen Online-Formaten, die hier beispielhaft anhand des deutschen Formats *Netzeitung.de* und dem transnationalen Format *Indymedia* vorgestellt wurden, könnte man argumentieren, dass es diese Formate tatsächlich nur gibt, weil es das Internet gibt. Das stimmt. Allerdings sind die strukturellen Akteurskonstellationen die gleichen wie in herkömmlichen massenmedialen Öffentlichkeiten: Es gibt mediale Vermittler, die das Publikum über die Aktivitäten und die Handlungen politischer Akteure in einer journalistisch-reflexiven Weise aufbereitet informieren. Die politischen Akteure sind auf die Journalisten des Mediums – oder sich für dieses Medium journalistisch engagierende Personen – angewiesen, um Aufmerksamkeit für ihre Themen oder Anliegen zu erhalten. Man könnte meinen, dass das in Formaten wie der *Netzeitung.de* vielleicht zutreffen mag, nicht jedoch hinsichtlich alternativer Medienformate wie *Indymedia*. Aber auch hier bin ich der Meinung, dass es sich um Online-Versionen herkömmlicher medialer Strategien handelt. Indymedia kann als ein Bewegungsmedium im Sinne eines alternativen Medienangebots verstanden werden. Alternative Medien gab es jedoch schon vor dem Internet, insbesondere im Printbereich, aber auch im Rahmen des Hörfunks und des Fernsehens (z.B. Bürgerfunk, der Offene Kanal, etc.). Richtig ist, dass sich die Bedingungen für die Etablierung solcher alternativer Medienangebote durch das Internet enorm erleichtert haben. Nicht richtig ist, dass es solche Angebote grundsätzlich nur geben kann, weil es das Internet gibt. Neu sind sie nur insofern, als dass sie über das neue Medium Internet angeboten werden. Sie sind keine neuen Formen medialer Öffentlichkeit, da sie weiterhin dem Prinzip der Selektion in einem journalistischen Sinne verhaftet bleiben. Ob es sich um eine ‚Verzerrung‘ entlang ökonomischer Interessen oder Bewegungsinteressen handelt, bleibt auf struktureller Ebene zunächst irrelevant. Relevant ist, dass der politische Prozess für das Publikum bzw. die Bürger weitgehend nur mittelbar zugänglich ist.

In dieser Arbeit soll der direkte Einfluss des Internet auf die Strukturen medialer Öffentlichkeit untersucht werden, indem das Internet neue, internetspezifische Formen von Öffentlichkeit ausbildet, die im Rahmen herkömmlicher Medien nicht möglich sind bzw. andere strukturelle Bedingungen als herkömmliche mediale Öffentlichkeiten aufweisen. Um ein Verständnis von solchen Online-Öffentlichkeiten zu entwickeln, müssen zunächst zwei elementare Fragen geklärt werden, die sich aus den bisherigen Ausführungen ergeben: WO konstituiert sich Öffentlichkeit im Internet? Und WIE konstituiert sich Öffentlichkeit im Internet?

WO konstituiert sich Öffentlichkeit im Internet?

Kommunikation über das Internet und damit auch jede Form von Öffentlichkeit im Internet ist zwangsläufig mediale Kommunikation oder mediale Öffentlichkeit. Damit ist es fraglich, ob sich das in Kapitel 1 vorgestellte Ebenen-Schema von Öffentlichkeit nach Gerhards und Neidhardt überhaupt auf das Internet anwenden lässt. Während einige Autoren dies verneinen (vgl. z.B. Marschall 1998: 53), bin ich der Meinung, dass dieses Schema auch für eine Untersuchung von Online-Öffentlichkeit ein hilfreiches Begriffssystem bieten kann, wenn man einige kleinere Modifikation bzw. Präzisierungen vornimmt. Gerhards und Neidhardt (1991: 49ff.) unterscheiden zwischen Encounter-, Versammlungs- und massenmedialer Öffentlichkeit. Der zentrale Unterschied zwischen den ersten beiden Formen und der letzteren ist der, dass die letzte keine Präsenzöffentlichkeit ist, sondern eine über Medien hergestellte Öffentlichkeit. Da im Internet jegliche Form der Kommunikation oder Interaktion medial vermittelt wird, macht dieses Unterscheidungskriterium hier keinen Sinn. Sinn macht es hingegen, wenn man unterscheidet, welcher Medientyp vorliegt. Im Abschnitt 4.3 wurde dargelegt, dass die einzelnen Anwendungen im Internet anhand des Medientyps und der entsprechenden Teilnehmerstruktur in drei Gruppen eingeteilt werden können: Individualmedium (E-Mail), Gruppenmedium (MUDs, Chats, Newsgroups bzw. Usenet) und Massenmedium (WWW). Neidhardt und Gerhards sprechen hinsichtlich der einflussreichsten Form von Öffentlichkeit nicht nur von medial vermittelter Öffentlichkeit, sondern von *massenmedial* vermittelter Öffentlichkeit. Legt man dieses Kriterium zugrunde, kann man auch im Internet je nach Menge der Teilnehmer und Grad der strukturellen Verankerung drei Öffentlichkeits-Ebenen unterscheiden: (1) mediale Encounter-Öffentlichkeit, (2) mediale Versammlungs-Öffentlichkeit und (3) massenmediale Online-Öffentlichkeit.

Mediale Encounter-Öffentlichkeit findet immer dann statt, wenn Menschen sich mehr oder weniger zufällig im Internet begegnen und beginnen, sich online zu ‚unterhalten‘, wie dies vor allem in Chat-Räumen der Fall ist. Im Gegensatz zu Offline-Encounter-Öffentlichkeiten ist diese Form durch einen hohen Grad an Anonymität gekennzeichnet. Ansonsten sind sie in ähnlicher Weise durch Zerbrechlichkeit, relative Strukturlosigkeit, starke Themenfluktuation, wechselnde Teilnehmerschaft und einen sich dementsprechend ständig verändernden Meinungsstand gekennzeichnet.

Auf der Ebene *medialer Versammlungs-Öffentlichkeit* kann Online-Kommunikation angesiedelt werden, die im Rahmen von Diskussionsforen stattfindet: Menschen sprechen online über ein bestimmtes Thema miteinander. Das Thema bestimmt die Zusammensetzung des Publikums hier in ähnlicher Weise wie bei Offline-Versammlungs-Öffentlichkeiten. Wer Interesse und Zeit hat, der redet mit – vorausgesetzt, er kennt die entsprechende Webseite. Im Gegensatz zu herkömmlichen Versammlungs-Öffentlichkeiten sind Diskussionsforen im Internet strukturell weniger stark durch eine Rolleneinteilung in Veranstalter, Referenten und Publikum gekennzeichnet. Allerdings bilden sich auch hier zunehmend äquivalente Muster heraus. So werden Foren meist auf den Webseiten spezifischer Akteure angeboten, die dadurch als Veranstalter bezeichnet werden können. Auch werden sie immer häufiger von Moderatoren geleitet oder zumindest begleitet, welche den Ablauf strukturieren oder in diesen eingreifen, wenn bestimmte festgelegte Standards verletzt werden. Häufig übernehmen auch einzelne Teilnehmer moderationsähnliche Aufgaben, ohne dass sie von einer bestimmten Seite dazu autorisiert wurden. Weiter bilden sich in den meisten Fällen auch in Online-Versammlungs-Öffentlichkeiten bestimmte Sprecherrollen in dem Sinne heraus, dass manche Teilnehmer sich deutlich häufiger aktiv an der Diskussion beteiligen als andere. Oft gibt es auch Teilnehmer, die zwar die Beiträge der anderen lesen, selbst jedoch keine eigenen Beiträge leisten und somit primär in der Rolle eines passiven Publikums agieren.

Mindestens drei Eigenschaften unterscheiden diese Online-Versammlungs-Öffentlichkeiten von herkömmlichen Öffentlichkeiten dieser Art. Erstens können sie sich in einem physischen Sinne raumunabhängig konstituieren. Die Zugangsmöglichkeiten sind damit wesentlich weniger restriktiv als bei Offline-Veranstaltungs-Öffentlichkeiten. Zweitens sind Online-Versammlungsöffentlichkeiten bis zu einem gewissen Grad zeitunabhängig. Die Teilnehmer müssen sich nicht alle zur gleichen Zeit am gleichen Ort bzw. auf der gleichen Webseite befinden. Die Kommunikation kann zeitverzögert stattfinden. Drittens gewähren Online-Versammlungs-Öffentlichkeiten – wenn erwünscht – einen hohen Grad an Anonymität. Wie in Abschnitt 5.1.2 gezeigt wurde, beschränken sich die bisherigen empirischen Untersuchungen von Online-Öffentlichkeiten weitgehend auf die Untersuchung solcher Online-Veranstaltungs-Öffentlichkeiten im Sinne von Diskussionsgruppen.

Legt man das Kriterium des Medientyps und der Teilnehmerstruktur zugrunde, generiert sich *massenmediale Online-Öffentlichkeit* nur im WWW. Massenmediale Kommunikation wurde in dieser Arbeit nach Maletzke definiert als jene Form, bei der Aussagen öffentlich, durch

technische Verbreitungsmittel indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden (vgl. Kapitel 1). Das WWW entspricht dieser Definition im Vergleich zu den anderen Online-Anwendungen am stärksten, da hier primär Einwegkommunikation von einem Sender (dem Verfasser einer Webseite) zum Empfänger (dem Leser bzw. Besucher einer Webseite) abläuft. Gleichzeitig handelt es sich bei den Empfängern um eine nicht bestimmbare oder abgrenzbare Gruppe im Sinne eines dispersen Publikums. Bei allen anderen Internetanwendungen ist der Rollentausch zwischen Sender und Empfänger grundsätzlich möglich, wodurch dialogische oder diskursive Kommunikation stattfinden kann.

Die Trennschärfe zwischen den unterschiedlichen Öffentlichkeitsebenen ist online allerdings nicht so klar wie dies offline der Fall ist, da auch ursprünglich nicht-massenmediale Formen von Öffentlichkeit in massenmediale Kommunikation eingebettet sein können. Insofern ist davon auszugehen, dass Online-Encounter-Öffentlichkeiten und Online-Versammlungs-Öffentlichkeiten auch im Rahmen massenmedialer Online-Öffentlichkeiten eine Rolle spielen. Sie bleiben aber auch im Internet häufig auf Anschluss-Kommunikation in massenmedialen Öffentlichkeiten angewiesen, um eine gesamtgesellschaftliche Relevanz erlangen zu können. Eine weitere Grundvoraussetzung, die ein medial vermittelter kommunikativer Raum aufweisen muss, um als Öffentlichkeit in einem massenmedialen Sinn bezeichnet zu werden, ist seine prinzipiell freie Zugänglichkeit. Wie in Abschnitt 4.3 dargestellt wurde, weist nur das WWW diese elementare Bedingung auf. Demnach werden in dieser Arbeit Online-Öffentlichkeiten untersucht, die sich über das WWW im Internet konstituieren.

WIE konstituiert sich Öffentlichkeit im Internet?

Eine der Eigenschaften des Internet, die immer wieder hervorgehoben wird, wenn es um die Potentiale von Online-Öffentlichkeiten geht, ist die, dass das Internet herkömmliche Medien als Vermittler zwischen politischen Akteuren und Publikum überflüssig macht. Politische Akteure können die herkömmlichen Massenmedien umgehen und sich über ihr Online-Angebot selbst medial an das Publikum bzw. die Bürger richten.¹¹¹ Da im Internet

¹¹¹ „In short, the Internet allows direct communication between citizens and politicians, enabling both to bypass the media. Here, then, may lie the Internet’s greatest potential for change. It could introduce into the political communication environment a different set of qualities from those that predominate today, perhaps even constraining the mainstream media to take account of what people are receiving over the Internet in their own

insbesondere ressourcenschwache und politisch wenig einflussreiche Akteure unabhängig von den Selektionskriterien der Medien öffentliche Sichtbarkeit erlangen können, ist eine der Hoffnungen, dass zwischen verschiedenen Akteursgruppen die Chancengleichheit hinsichtlich der Erlangung öffentlicher Aufmerksamkeit wachsen würde. Mit einem relativ geringen zeitlichen und finanziellen Aufwand kann jeder seine eigene Webseite im Internet betreiben und diese einem weltweiten Publikum zugänglich machen. Es wäre allerdings weit gefehlt anzunehmen, dass es im Internet keinen Selektionsdruck gäbe.¹¹² Weil es so einfach ist, eine eigene Webseite ins Internet zu stellen, herrscht ein enormer Selektionsdruck. Millionen von Webseiten konkurrieren um die Aufmerksamkeit des Online-Publikums. Das Angebot ist so umfassend, dass es sogar hinsichtlich eines sehr spezifischen Themas für einen Nutzer meist unmöglich ist, alle Webseiten zu besuchen, die zu diesem Thema etwas anbieten. Ohne die Möglichkeit gewisser Orientierungs- und Selektionshilfen wäre das Internet ein Labyrinth, in dem kaum jemand in der Lage wäre, irgendetwas zu finden.

Da dies normalerweise nicht der Fall ist, lautet die Frage: Wie finden Internetnutzer die Informationen, nach denen sie suchen? Sie finden diese Informationen sehr leicht, wenn sie genau wissen, welcher Akteur diese Informationen auf seiner Webseite anbietet. Der Nutzer muss nur die URL der Webseite herausfinden, durch die er direkten Zugang auf die entsprechende Seite erhält. Wäre dies jedoch der einzige Weg, sich im Internet zu informieren, dann wäre das Internet zwangsläufig nicht mehr als eine neue Möglichkeit, Informationen von Akteuren zu erhalten, welche die Nutzer unabhängig von ihrer Internetpräsenz kennen und an denen sie interessiert sind. Die Informationsbeschaffung findet zwar über einen neuen Kanal statt und nicht mehr über den Postweg, das Telefon, den persönlichen Kontakt oder die herkömmlichen Medien – der Effekt bleibt jedoch weitgehend derselbe.

In quantitativer Hinsicht bietet das Internet natürlich deutliche Vorteile im Vergleich zu anderen Wegen der Informationsbeschaffung. Wesentlich mehr Information ist ohne großen zeitlichen und finanziellen Aufwand abrufbar – und das rund um die Uhr. Allerdings erfordert dieser Zugang ein bereits existierendes Wissen über bestimmte Akteure und ein Interesse an

coverage of politics. Politicians could be expected to offer more solid back-up to their policy ideas. And political journalists could be expected to concentrate less on process and more on substance. After widespread new media diffusion, the relations of politicians, audiences and the 'old media' may not be quite the same as before." (Blumler/Gurevitch 2001: 6f.)

¹¹² Die folgenden Ausführungen stellen eine Weiterentwicklung des Ansatzes dar, den ich im Rahmen des Europub-Projekts mit Ruud Koopmans entwickelt habe (Koopmans/Zimmermann 2003; Zimmermann et al. 2003).

ihren Informationen oder Positionen. Berücksichtigt man die Tatsache, dass in modernen Gesellschaften der Bekanntheitsgrad politischer Akteure maßgeblich durch ihre Präsenz in den herkömmlichen Massenmedien beeinflusst wird, würde das Internet auf diese Weise – wären Webseiten nur über die Eingabe der entsprechenden URL zu finden – zwangsläufig die ungleich verteilten Chancen verschiedener politischer Akteursgruppen, Aufmerksamkeit über herkömmliche Massenmedien zu erlangen, spiegeln und verfestigen. Akteure könnten Aufmerksamkeit online nur dann generieren, wenn sie dem Publikum unabhängig von ihrem Online-Auftritt bekannt wären. Und das sind sie eben heutzutage in erster Linie über ihre Präsenz in den herkömmlichen Massenmedien.

Will man das Potential des Internet für die Generierung neuer Formen politischer Öffentlichkeit untersuchen, ist danach zu fragen, wie Internetnutzer sich über politische Themen informieren, wenn sie nicht nur an der Darstellung eines bestimmten Akteurs interessiert sind, sondern sie vielmehr ein Interesse daran haben, Informationen zu einem bestimmten Thema oder einer Diskussion aus der Perspektive verschiedener Akteure zu erhalten. In solchen Fällen werden von den meisten Nutzern Suchmaschinen verwendet, oder sie folgen den Hyperlinks, die auf Webseiten angeboten werden. Verschiedene Studien, die untersuchen wie Informationen im Internet gesucht und vormals unbekannte Webseiten gefunden werden, zeigen, dass der Anteil der Internetnutzer, die Suchmaschinen verwenden zwischen 70% und 90% liegt. Der Anteil derjenigen, die angebotenen Hyperlinks folgen, liegt zwischen 60% und 90%.¹¹³

Suchmaschinen stellen einen Ausschnitt aus den zahllosen Webseiten im Internet hinsichtlich eines vom Nutzer definierten Suchbegriffs zusammen. Auf diese Weise fungieren sie als Gatekeeper, die den Zugang zu einem bestimmten Teil des Internet in einer mehr oder weniger systematischen Weise dadurch ermöglichen, dass sie einen Ausschnitt der ‚Online-Realität‘ nach spezifischen Kriterien für den Nutzer zusammenstellen. Sie bilden in diesem Sinne öffentlich zugängliche kommunikative Räume im Internet ab, die als eine neue internetspezifische Form von Online-Öffentlichkeit bezeichnet werden können. In ähnlicher Weise strukturieren Hyperlinks kommunikative Bezugsräume, indem sie Netze von untereinander verlinkten Webseiten bilden. In diesem Fall agieren die politischen Akteure selbst als Gatekeeper, da sie maßgeblich die Struktur dieser öffentlich zugänglichen kommunikativen Netze durch ihre Entscheidung beeinflussen, wen sie durch einen

¹¹³ Vergleiche beispielsweise Alexander et.al (2001), Fittkau & Maaß (2000), Graphic Visualisation Center (1998).

Hyperlinkverweis in dieses Netzwerk aufnehmen und wen nicht. Diese beiden zentralen Formen von internetspezifischer Aufmerksamkeitsstrukturierung bzw. Selektion, die neue internetspezifische Formen von Öffentlichkeit generieren, können bezeichnet werden als (vgl. Koopmans/Zimmermann 2003: 5):

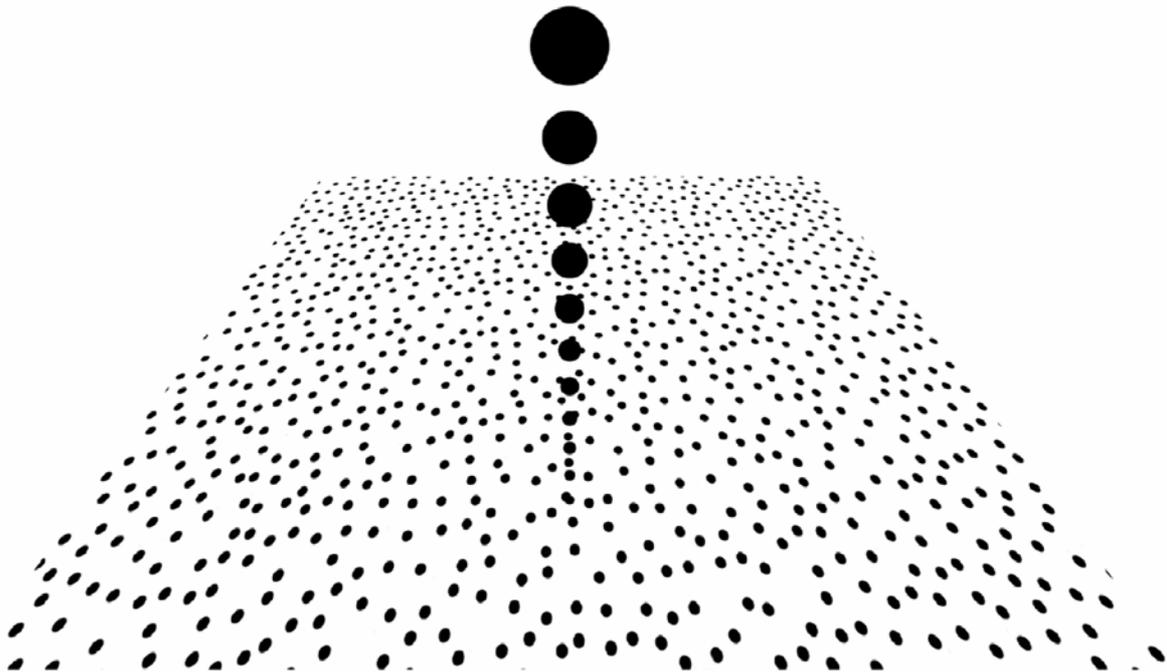
- (1) *vertikale hierarchische Selektion* durch Suchmaschinen, und
- (2) *horizontale Netzwerkselektion* durch Hyperlinks.

Im Folgenden soll auf die jeweiligen Mechanismen und Besonderheiten dieser Selektionsprozesse und der daraus entstehenden Online-Öffentlichkeiten eingegangen werden.

5.2.1 Vertikale hierarchische Selektion durch Suchmaschinen

Suchmaschinen (z.B. www.google.de) generieren durch vertikale hierarchische Selektion internetspezifische öffentliche Kommunikationsräume. “Search engines have an important social function. Viewed overall, similar expectations can be made of them as of the more traditional media: even though search engines make use of (partly) automated processes, they are supposed to select and evaluate host sites for users confronted by a huge mass of information.” (Machill et al. 2004: 337) Es handelt sich um eine vertikale Form der Selektion, da *ein* Akteur – in diesem Fall ein Programm – durch sein Selektionsverhalten die Struktur des Raumes determiniert. In Anlehnung an diese Begrifflichkeit könnte auch journalistische Selektion innerhalb herkömmlicher medialer Öffentlichkeit (vgl. Abschnitt 2.1) als eine Form vertikaler Informationsselektion bezeichnet werden. Als hierarchisch kann der Selektionsprozess durch Suchmaschinen charakterisiert werden, weil die Ergebnisse im Sinne einer Relevanz-Hierarchie präsentiert werden. Suchmaschinen versuchen die Ergebnislisten so zu strukturieren, dass die relevantesten Ergebnisse am Anfang der Liste erscheinen und die weniger relevanten am Ende (vgl. die graphische Darstellung in Abbildung 1).

Abbildung 1: Vertikale hierarchische Selektion durch Suchmaschinen



Suchmaschinen sind Programme zur Recherche von Dokumenten, die im Internet gespeichert sind.¹¹⁴ Nach Eingabe eines Suchbegriffs durch den Nutzer liefern sie Listen von Verweisen auf möglicherweise relevante Dokumente. Diese werden meist mit Titel und einem kurzen Auszug dargestellt. Im Allgemeinen durchsuchen sie hierzu nicht direkt das Internet, sondern den Inhalt ihrer Datenbank. Diese Datenbanken werden durch spezielle Computerprogramme automatisch erstellt (so genannte Crawler, Robots oder Spiders). Die Programme hangeln sich über Hyperlinks von Webseite zu Webseite durch das Internet und schicken alle Webseiten, die sie auf diese Weise finden an ein anderes Programm, das diese Seiten indexiert. Bei Abfragen durchsuchen die Suchmaschinen ihre Datenbasis nach den eingegebenen Suchbegriffen und filtern alle Dokumente heraus, in denen die gesuchten Begriffe gefunden wurden.¹¹⁵

¹¹⁴ Die folgenden Ausführungen beziehen sich vor allem auf die Arbeiten von Günther und Hahn (2000), Sullivan (2002) Machill und Welp (2003) und Machill et al. (2004).

¹¹⁵ Davon zu unterscheiden sind Verzeichnisse oder Kataloge (z.B. Yahoo, Open Directory Project), die große thematisch gegliederte Sammlungen von (kommentierten) Verweisen zu Dokumenten im Internet darstellen. Der Aufbau und die Strukturierung der Datenbank erfolgt hier in erster Linie anhand manueller Durchsicht und systematischer Einordnung von Dokumenten durch Lektoren. Eine andere Variante stellen die so genannten Meta-Suchmaschinen dar. Diese greifen nicht auf eigene Datenbanken zurück, sondern durchsuchen bei Anfragen andere Suchmaschinen und erstellen eine Liste von Ergebnissen verschiedener Suchmaschinen zusammen (z.B. Metager).

Die Ergebnisse, die eine Suchmaschine anbietet, hängen somit davon ab, nach welcher Methode das Internet durchforstet, die gefundenen Webseiten indexiert und die Datenbank organisiert wird. Manche finden und indexieren beispielsweise mehr Webseiten als andere oder aktualisieren ihr Angebot häufiger. Dadurch, dass verschiedene Suchmaschinen meist auf unterschiedliche Datenbanken zurückgreifen, können die jeweiligen Ergebnisse zum gleichen Suchbegriff sehr unterschiedlich ausfallen. Die Ergebnisse sind jedoch nicht nur in ihrer Gesamtheit unterschiedlich, sondern insbesondere auch hinsichtlich ihrer Darstellung. Das Ziel einer jeden Suchmaschine ist es, die Ergebnisse, die in Bezug auf den Suchbegriff am relevantesten sind, am Anfang der Liste zu präsentieren. Dieses so genannte Ranking der Ergebnisse unterscheidet sich zwischen verschiedenen Suchmaschinen am stärksten, da jede Suchmaschine eine spezifische Kombination unterschiedlicher Ranking-Kriterien (Algorithmen) anwendet. Wie diese Kriterien genau aussehen und welches Gewicht unterschiedliche Kriterien beim Ranking haben, ist ein gut gehütetes Geschäftsgeheimnis. Leistungsfähige Ranking-Kriterien bilden die Geschäftsgrundlage von Suchmaschinen. Bei öffentlich bekannten Ranking-Kriterien wären die Suchergebnisse von außen leicht manipulierbar, was die Betreiber verhindern wollen (vgl. Machill/Welp 2003: 78). Allerdings gibt es eine Reihe von bekannten Kriterien, die von den meisten Suchmaschinen in unterschiedlichem Ausmaß und unterschiedlichen Kombinationen verwendet werden:

- Häufigkeit und Platzierung der Suchwörter,
- Aktualität des Dokuments,
- Anzahl externer Hyperlinks, die auf das Dokument verweisen,
- Wichtigkeit der eingehenden Hyperlinks,
- Nutzungshäufigkeit des Dokuments,
- Bezahlung für das Ranking durch den Anbieter einer Webseite.

Das wichtigste Kriterium dürfte bei allen Suchmaschinen die Häufigkeit und die Platzierung des Suchwortes in einem Dokument sein. Es wird davon ausgegangen, dass ein Dokument, in dem das Suchwort häufig vorkommt oder an einer prominenten Stelle im Text platziert ist (z.B. weit oben), sich nicht nur am Rande mit dem Thema beschäftigt. Davon wird insbesondere auch dann ausgegangen, wenn die URL eines Dokuments den Suchbegriff enthält. Weiter wird versucht, das Ranking nach der Aktualität von Dokumenten auszurichten, da angenommen wird, dass die Nutzer vor allem an aktuellen Informationen interessiert sind. Diese seiteninternen Kriterien sind relativ leicht durch die Betreiber von Webseiten zu beeinflussen. So können Wörter beispielsweise unzählige Male – für den Besucher unsichtbar

– wiederholt werden, um der Seite zu einer höheren Position in den Ergebnislisten zu verhelfen (spamming).

Um solchen Manipulationsversuchen entgegenzutreten, verwenden die meisten Suchmaschinen zusätzlich so genannte ‚Offpage‘-Ranking-Kriterien, die nicht unmittelbar durch den Betreiber einer Webseite beeinflusst werden können. Eines der bekanntesten Kriterien dieser Art ist der so genannte ‚PageRank‘, der auf den von den Gründern der Suchmaschinen Google entwickelten PageRank-Algorithmus zurückgeht. Als Kriterium dient hierbei die Anzahl der externen Hyperlinks, die von anderen Webseiten auf eine Webseite verweisen.¹¹⁶ Die Grundannahme hinter dem PageRank ist, dass eine Seite um so wichtiger ist, je mehr Hyperlinks von anderen Seiten auf sie verweisen. Um dieses Kriterium noch zu verfeinern, wird zusätzlich noch die Wichtigkeit der Seiten mit einbezogen, von denen die Hyperlinks ausgesendet werden. Ein Hyperlink von einer prominenten Webseite beeinflusst dabei die Position eines Dokuments innerhalb der Ergebnislisten der Suchmaschine stärker als ein Hyperlink von einer weniger prominenten Webseite. Allerdings kann auch hier die Rankingposition eines Ergebnisses durch die Webseitenbetreiber beeinflusst werden, indem sie künstlich die Zahl ihrer eingehenden Hyperlinks erhöhen. Um dem entgegenzuwirken, wurden mittlerweile Methoden entwickelt, um solche manipulierten Webseiten identifizieren zu können. In den meisten Fällen werden solche Seiten, wenn sie entdeckt werden, aus der Datenbank ausgeschlossen oder zumindest in den Ergebnislisten deutlich herabgestuft.¹¹⁷ Ein Kriterium, auf das die Anbieter einer Webseite nur wenig Einfluss nehmen können, ist das der Nutzungshäufigkeit eines Dokuments (‚Clickthrough-Measurement‘). Hier werden solche Seiten auf den Ergebnislisten höher eingeordnet, die bei vorhergegangenen Suchen häufiger von Nutzern in den angebotenen Ergebnislisten aufgerufen wurden als andere Webseiten. Schließlich bieten einige Suchmaschinen den Betreibern von Webseiten an, sich ein hohes Ranking in den Ergebnislisten zu erkaufen. Auch wenn diese Möglichkeit mittlerweile vielfach angeboten wird, so wird dies in den meisten Fällen in einer für den Benutzer erkenntlichen Art und Weise umgesetzt. Die Webseiten, deren Betreiber für einen bestimmten

¹¹⁶ Verweise innerhalb einer Webseite eines Anbieters werden als interne Hyperlinks bezeichnet. Diese internen Hyperlinks, die meist zur Navigation innerhalb einer Webseite dienen, beeinflussen das Ranking der Suchmaschinen nicht.

¹¹⁷ Machill und Welp (2003: 85) befragten im Jahr 2002 27 deutsche Suchmaschinen, welche Maßnahme sie gegen Spamming bzw. Versuche von Betreibern, die Positionierung ihrer Webseite innerhalb der Ergebnisliste zu beeinflussen, ergreifen und kamen zu dem folgenden Ergebnis (Mehrfachantworten möglich): Ausschluss gespamter Seiten: 82%, Spam-Protexion-Team: 37%, Mahnung der Anbieter gespamter Seiten: 33%, Herabstufung gespamter Seiten: 11%, Prüfung übernommener Treffer bei Kooperationen: 37%, Info-Austausch mit anderen Suchmaschinen: 30%, Zusammenarbeit mit Suchmaschinenopitmierern: 33%, Aufforderung an Nutzer, manipulierte Trefferseiten zu melden: 7%.

Rankingplatz bezahlt haben, werden meist gesondert ausgewiesen, beispielsweise gekennzeichnet als ‚Anzeigen‘ (z.B. bei Google) oder ‚Sponsored Links‘ (z.B. bei Fireball).

Festgehalten werden kann, dass die Kriterien, nach denen Suchmaschinen im Normalfall ihre Ergebnisse gewichten, weder von der Ressourcenstärke, dem Einfluss oder der Macht politischer Akteure abhängen, welche die Webseiten betreiben, noch von politischen Meinungen, Präferenzen oder Problemsichten der Suchmaschinenbetreiber beeinflusst werden.¹¹⁸ In Kapitel 2 über die Bedingungen herkömmlicher medialer Öffentlichkeit wurde gezeigt, dass die Eigenschaften von Ereignissen bzw. politischen Akteuren und die Sichtweisen von Journalisten, sowie externe Faktoren der Redaktion und des Medienmarktes zu einer tendenziös verzerrten Berichterstattung in den Medien führen, was aus demokratiethoretischer Perspektive problematisch ist. Man könnte sagen, dass Suchmaschinen im Vergleich zu herkömmlichen Medien deutlich demokratischere Kriterien anlegen. Sie sind zum einen demokratischer, weil die Ergebnisse zunächst danach präsentiert werden, wer am meisten dazu zu sagen hat (Häufigkeit der Suchbegriffe) oder dem Thema ein besonderes Gewicht beimisst (Platzierung der Suchbegriffe) und nicht danach, von welchem Akteur das Dargestellte stammt. Alle anderen Kriterien ergeben sich aus der Struktur bzw. der Nutzung des Internet selbst (auf Seiten der Anbieter: Hyperlinks, auf Seiten der Nutzer: Abruf einer Seite) und werden nicht willkürlich interpretiert.

Auch wenn es wichtig ist, sich bewusst zu machen, wie Suchmaschinen funktionieren und welche Kriterien sie anwenden, so ist es letztendlich irrelevant, wie sich dieser Rankingvorgang genau gestaltet. Wichtiger ist, dass diese Selektionskriterien eine mediale Realität schaffen, die eine umso größere gesellschaftliche Relevanz entfaltet, je mehr Menschen das Internet zur politischen Information und Kommunikation verwenden.¹¹⁹ Es ist Zeit, sich diese Realität genauer anzuschauen, wenn man über die Potentiale, die das Internet in sich birgt, Aufschluss erhalten will!

¹¹⁸ Ressourcenstärke, Einfluss und Macht politischer Akteure können natürlich indirekt das Ranking ihrer Webseiten beeinflussen. So ist es beispielsweise vorstellbar, dass die Webseiten solcher Akteure häufiger von anderen Akteuren angelinkt werden und sich dadurch ihr PageRank erhöht. Über die Prominenz eines Akteurs bzw. seine Sichtbarkeit in den Suchergebnissen entscheiden jedoch nicht die Suchmaschinenbetreiber, sondern die Akteure, die auf die Webseiten dieser prominenten Akteure verweisen.

¹¹⁹ Es ist allerdings interessant, bei der Untersuchung zu berücksichtigen, dass die Strukturen, die sich herausbilden, nicht auf externe verzerrende Kriterien zurückzuführen sind, sondern weitgehend durch das Handeln der politischen Akteure als Anbieter und in geringerem Maße durch das der Bürger als Publikum determiniert werden.

Wird die Leistung von Suchmaschinen mit den Leistungen herkömmlicher Medien verglichen, ist zu berücksichtigen, dass sie als Meta-Angebote zwar Orientierung in der Vielfalt bieten, jedoch keine journalistisch-reflexive Leistung im engeren Sinne darstellen (vgl. Machill/Welp 2003: 29). Dass diese Orientierungsfunktion jedoch in ihrer gesellschaftlichen Konsequenz ernst zu nehmen ist, zeigt sich beispielsweise daran, dass im Jahr 2003 ein us-amerikanisches Gericht die Platzierung einer Webseite auf der Ergebnisliste einer Suchmaschine als Meinungsäußerung definierte. Das Gericht kam in seinem Urteil hinsichtlich einer Klage, dass Google seine Trefferlisten manipulieren würde, zu dem Schluss, dass die Einschätzung der Relevanz von Ergebnissen durch Suchmaschinen Meinungsäußerungen seien und demnach das Suchmaschinen-Ranking von der US-Verfassung geschützt sei. Die Klage wurde dementsprechend abgewiesen und gleichzeitig festgestellt, dass Anbieter einer Webseite kein Recht auf die Aufnahme in eine Ranking-Liste geltend machen können, falls ihnen diese verwehrt wird (Olsen 2003). Durch diesen Fall wird einmal mehr veranschaulicht, wie wichtig Suchmaschinen für die Sichtbarkeit einzelner Webseiten sind; werden sie nicht gefunden oder auf schlechten Plätzen innerhalb der Ergebnisliste präsentiert, sind sie in der öffentlichen Aufmerksamkeit so gut wie nicht existent. Weiter bildet gerade die Möglichkeit der Herstellung politischer Öffentlichkeit unabhängig von journalistisch-reflexivem Handeln eines der Potentiale des Internet, auf dem die Hoffnungen einer Herausbildung sowohl demokratischerer als auch europäischerer Formen von Öffentlichkeit im Vergleich zu den herkömmlichen massenmedial vermittelten Öffentlichkeiten ruhen.

Auch wenn Suchmaschinen somit als mediale Gatekeeper die Struktur oder zumindest die Zugangschancen politischer Akteure und des Publikums innerhalb politischer Online-Öffentlichkeiten maßgeblich beeinflussen, so ist ihre Rolle im Vergleich zu herkömmlichen Mediengatekeepern deutlich eingeschränkter. Während herkömmliche Medien nicht nur kontrollieren, wer mediale öffentliche Sichtbarkeit erlangt („selection bias“), sondern auch wie über die Aktivitäten von Akteuren berichtet wird oder ihre Aussagen präsentiert werden („description bias“), beeinflussen die Selektionskriterien von Suchmaschinen nur die Sichtbarkeit von Akteuren innerhalb der Online-Öffentlichkeit. Auf ihren Webseiten entscheiden die Akteure selbst, welche Informationen sie in welcher Form anbieten oder nicht anbieten. In diesem Sinne treten hier die politischen Akteure selbst als Gatekeeper auf. Zum einen in Bezug auf Informationen über sich selbst, zum anderen aber auch hinsichtlich anderer Akteure, denen sie auf ihrer Webseite öffentliche Sichtbarkeit ermöglichen, indem sie

über sie berichten, oder auch, indem sie sie selber zu Wort kommen lassen. Weiter können sie jedoch auch als Gatekeeper in Bezug auf den Informationsraum des Internet agieren, indem sie Hyperlinks zu Webseiten anderer Akteure anbieten. Durch diese Hyperlinkverbindungen zwischen den Webseiten politischer Akteure werden – ähnlich wie durch Suchmaschinen – öffentlich zugängliche kommunikative Räume aufgetan. Dies stellt die zweite Form neuer internetspezifischer Öffentlichkeit dar, die durch horizontale Netzwerkselektion generiert wird und auf die im folgenden Abschnitt näher eingegangen wird.

5.2.2 Horizontale Netzwerkselektion durch Hyperlinks

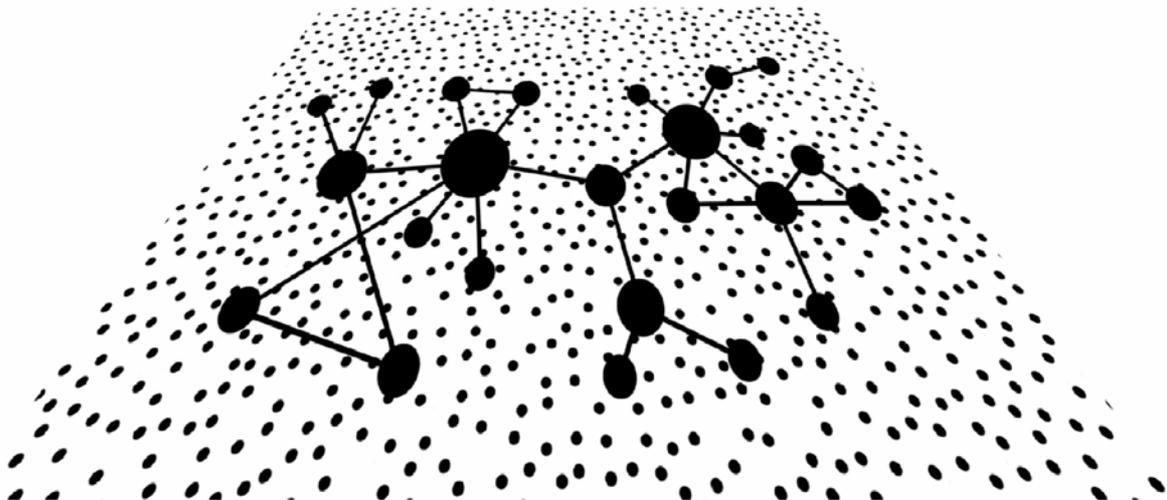
Hyperlinks sind Verweise von einer Webseite auf eine andere, die durch Anklicken den Benutzer direkt auf diese andere Webseite führen. Dabei sind interne und externe Verweise zu unterscheiden. Interne Hyperlinks dienen zur Navigation innerhalb der Webpräsenz eines Akteurs, die sich aus unterschiedlichen Webseiten zusammensetzen kann. Sie ermöglichen entweder das Springen innerhalb eines Dokuments oder sie verweisen zu anderen Webseiten innerhalb des Webangebots des Akteurs. Externe Hyperlinks verweisen von einer Webseite innerhalb einer Webpräsenz zu einer Webseite innerhalb einer anderen Webpräsenz, die meist auch von einem anderen Akteur betrieben wird. Für die Generierung von Online-Öffentlichkeit durch Hyperlinkverweise zwischen politischen Akteuren sind dementsprechend nur externe Hyperlinks von Bedeutung.

Hyperlinks sind mehr als eine technische Anwendung, die das Hin- und Herwechseln zwischen unterschiedlichen Webseiten ermöglichen; sie sind „a newly emerging social and communicational channel“ (Park/Thelwall 2003). Sie generieren eine internetspezifische Form von Öffentlichkeit, indem sie öffentlich sichtbare mediale kommunikative Räume zwischen unterschiedlichen Akteuren herstellen. „Links stehen für diskursive Strategien. Sie determinieren mögliche Kontexte von Kommunikationen – das ist, wie Derrida bemerkte, immer etwas Politisches, oder, wie Luhmann entwickelte, Macht. Links strukturieren die Verteilung von Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und schließlich Anerkennung.“ (Rilling 1998: 150)

Die Selektion von Aufmerksamkeit durch Hyperlinks kann als horizontale Selektion bezeichnet werden. Sie wird nicht zentral von einem Akteur determiniert, sondern jeder

Akteur entscheidet selbst, zu wem er einen Hyperlink anbietet und zu wem nicht. Hyperlinks dienen als „[...] ties of affinity, paths of communication, tokens of mutual aid in achieving public recognition, and/or potential avenues of coordination“ (Burriss et al. 2000: 215). Der kommunikative Kontext entsteht erst als die Summe vieler gleichwertiger Einzelentscheidungen.¹²⁰ Damit kann diese Form der Aufmerksamkeitsverteilung als Netzwerkselektion beschrieben werden, da kommunikative Verknüpfungen zwischen unterschiedlichen Akteuren existieren, die asynchron (Link von A nach B *oder* von B nach A) oder synchron (Link von A nach B *und* von B nach A) verlaufen können und in der jeder Akteur über die einzelnen Punkte des Netzwerkes erreichbar ist (vgl. die graphische Darstellung in Abbildung 2).¹²¹

Abbildung 2: Horizontale Netzwerkselektion durch Hyperlinks



Natürlich ist ein Hyperlink nicht unbedingt Ausdruck einer intensiven sozialen Beziehung zwischen zwei Akteuren. So kann ein Akteur, auf dessen Webseite ein anderer Akteur

¹²⁰ „The World Wide Web is a reflection of human culture – a massive social network encoding associative links among almost 10^9 documents (...) authored by millions of people and organizations around the globe. The web’s structure has emerged without central planning, the result of a bottom-up distributed process.“ (Pennock et al. 2002: 5207)

¹²¹ Die formale Definition eines Netzwerkes lautet: „Ein Netzwerk ist definiert als eine abgegrenzte Menge von Knoten oder Elementen und der Menge der zwischen ihnen verlaufenden so genannten Kanten. Diese Definition orientiert sich an der graphischen Veranschaulichung von Netzwerken in Soziogrammen oder dem Graph [...]. Die Knoten oder Elemente sind die Akteure, z.B. Personen oder korporative Akteure wie Unternehmen, Ministerien oder Länder. Die Kanten sind die zwischen ihnen verlaufenden Beziehungen oder Relationen.“ (Jansen 2003: 58)

verweist, von der Existenz dieses verweisenden Akteurs überhaupt nichts wissen. Was ein Hyperlink allerdings sicherlich ausdrückt, ist die Einschätzung des verlinkenden Akteurs, dass die Webseite, mit der er seine eigene Webseite verlinkt, wichtig ist – und zwar so wichtig, dass er die Aufmerksamkeit der Besucher seiner Webseite auf die Seite dieses anderen Akteurs lenkt. „Since establishing a hyperlink is a conscious social act executed by the author of a Web site, we may assume that some form of cognitive, social, or structural relation exists between the sites.“ (Garrido/Halavais 2003: 10) Das Setzen eines Hyperlinks stellt eine strategische kommunikative Entscheidung dar:

[...] every link is planned and, most often, specifically created by the web designer. Thus, the presence of a link reflects a communicative choice made by the designer. A link, therefore, is strategic. The possible variations for the structure are shaped by communicative ends, rather than technological means. The use of the link in the creation of Web structure enables the designer to control the potential ways a user can move through information. Web designers might choose to use a very limited number of links, or to use them in a traditional indexing fashion, or to use them to encourage linear progression through the material, or to use them conscientiously to approximate an associative experience for the user. Differences in structure reflect differences in communicative agendas. (Jackson 1997)

Im Rahmen kommunikativer Netzwerke, die durch Hyperlinks aufgespannt werden, erhalten konsequenterweise jene Akteure die größte Aufmerksamkeit, die die meisten Hyperlinks von verschiedenen Webseiten erhalten. Manche Autoren argumentieren, dass die Anzahl der eingehenden Hyperlinks ein Indikator für das Prestige oder das Vertrauen sei, das einer Webseite bzw. dem Betreiber derselben entgegengebracht wird (Brin/Page 1998; Kleinberg 1999). Andere gehen davon aus, dass Webseiten, die viele Hyperlinks erhalten, eine hohe Glaubwürdigkeit zugesprochen werde (Park 2003). Ich denke, dass es zutreffender ist, von einer besonderen Wichtigkeit zu sprechen, die diesen Webseiten, bzw. den jeweiligen Anbietern zugesprochen wird. Ein Hyperlink muss nicht unbedingt Vertrauen oder Zustimmung ausdrücken. Er kann auch gesetzt werden, um in einem bestimmten Kontext auf einen Gegner zu verweisen oder sich von einem bestimmten Akteur abzugrenzen, indem auf Inhalte in einer Seite verwiesen wird, mit denen man nicht einverstanden ist. Ob nun Vertrauen oder Misstrauen, Anerkennung oder Ablehnung, Unterstützung oder Sabotage zum Ausdruck gebracht werden soll – was auf jeden Fall geschieht, das ist die Einbindung eines anderen Akteurs in einen kommunikativen Zusammenhang.

Diese Einbindung bestimmter Akteure in einen kommunikativen Zusammenhang beinhaltet zwangsläufig die Ausgrenzung anderer Akteure. Auch in den Netzwerken, die sich durch

Hyperlinks zwischen unterschiedlichen Akteuren herausbilden, wird die Aufmerksamkeit nicht gleichmäßig auf die einzelnen Akteure verteilt. Zum einen werden sich innerhalb der Gruppen kleinere, stärker untereinander verlinkte Gruppen herausbilden. Zum anderen wird es Webseiten geben, die im Vergleich zu den anderen Webseiten überdurchschnittlich viele oder unterdurchschnittlich wenige Hyperlinks erhalten. Weiter können bestimmte Akteure nur dadurch in das kommunikative Netzwerk integriert sein, weil sie Hyperlinks von anderen Akteuren erhalten ohne selbst auf andere Akteure zu verweisen. Sie können auch auf Akteure aus dem Netzwerk verweisen, selbst jedoch keine Hyperlinks von anderen Akteuren aus dem Netzwerk erhalten. Schließlich können bestimmte Akteure intermediäre Positionen bei der Aufmerksamkeitsverteilung innerhalb des Netzwerkes einnehmen, indem sie unterschiedliche kleinere Gruppen im Netzwerk miteinander verbinden. Wichtig ist, dass die Akteure durch ihr Hyperlinkverhalten selbst als Gatekeeper agieren und auf diese Weise die Aufmerksamkeitsverteilung in dieser internetspezifischen Form von Öffentlichkeit bestimmen.

5.2.3 Online- und Offline-Öffentlichkeiten im Vergleich

Online-Öffentlichkeiten, die über Suchmaschinen hergestellt werden und solche, in denen die Aufmerksamkeit durch Hyperlinkverweise strukturiert wird, stehen nicht beziehungslos nebeneinander, sondern beeinflussen sich gegenseitig. Zum einen beeinflusst der Verlinkungsgrad einer Webseite ihre Position in den Ergebnislisten der Suchmaschinen maßgeblich. Dadurch bestimmt die Entscheidung politischer Akteure, mit welchen Webseiten anderer Akteure sie ihr eigenes Online-Angebot verlinken, nicht nur die strukturelle Aufmerksamkeitsverteilung durch horizontale Netzwerkselektion, sondern auch die, die sich innerhalb vertikaler hierarchischer Selektion ergibt. Zum anderen beeinflusst die Sichtbarkeit der Webseiten politischer Akteure innerhalb der Ergebnislisten von Suchmaschinen ihre Chancen, von den Nutzern als Ausgangspunkt für die Informationssuche innerhalb von Online-Öffentlichkeiten gewählt zu werden, welche sich durch horizontale Netzwerkselektion auf der Basis von Hyperlinks strukturieren.

Vergleicht man die beiden Formen von Online-Öffentlichkeit miteinander, unterscheiden sie sich in erster Linie hinsichtlich der angebotenen Informationen. Online-Öffentlichkeiten durch Suchmaschinen bieten eine Zusammenstellung spezifischer Dokumente im Internet an,

die Informationen zu einem bestimmten Thema enthalten. Online-Öffentlichkeiten durch Hyperlinks stellen meist nicht eine Verknüpfung von bestimmten Dokumenten bzw. Informationen innerhalb eines größeren Webangebots dar, sondern bilden einen informativen Kommunikationszusammenhang zwischen den Webangeboten unterschiedlicher Akteure. Damit sind öffentliche Online-Kommunikationsräume durch Hyperlinks stärker akteursbezogen und Online-Öffentlichkeit durch Suchmaschinen stärker informations- und kommunikationsbezogen.

Insofern ist nur Online-Öffentlichkeit durch Suchmaschinen mit herkömmlicher medialer Öffentlichkeit vergleichbar, da diese ebenfalls hauptsächlich auf informationsbezogener Selektion beruht. Online-Öffentlichkeit durch Hyperlinks kann hingegen kein sinnadäquates Offline-Pendant in einer vergleichbaren Weise gegenübergestellt werden. Hier werden die Vergleichsmaßstäbe bei der empirischen Untersuchung in erster Linie aus dem Länder- und Akteursvergleich zu ziehen sein.

Auch wenn Online-Öffentlichkeiten durch Suchmaschinen mit herkömmlichen medialen Öffentlichkeiten vergleichbar sind, so gibt es doch einige Unterschiede. Der erste Punkt wurde schon hervorgehoben: Die Selektion in Online-Öffentlichkeiten unterliegt festgelegten formalen Kriterien, während die Selektion in herkömmlichen massenmedialen Öffentlichkeiten von den variablen Entscheidungen der Journalisten abhängt und journalistisch-reflexiv strukturiert ist. Hingegen bietet Online-Öffentlichkeit durch Suchmaschinen keine Interpretation des Dargestellten oder eine Einordnung desselben in größere Zusammenhänge. Weiter entsteht diese Online-Öffentlichkeit nur in unmittelbarer Abhängigkeit vom einzelnen Nutzer. Mediale Öffentlichkeit, beispielsweise durch Zeitungen hergestellt, existiert hingegen unabhängig davon, ob einzelne Nutzer die Zeitungen lesen oder nicht. Damit generiert sich Öffentlichkeit über Suchmaschinen erst durch das Interesse des Nutzers. Der Nutzer muss an einem Thema Interesse haben und darüber etwas erfahren wollen, damit er nach Informationen dazu im Internet sucht.

Damit ist herkömmliche mediale Öffentlichkeit in der Lage, neue Themen in den politischen Diskurs einzuführen. Online-Öffentlichkeit hingegen kann eine solche so genannte Agenda-Setting-Funktion nicht direkt aus sich heraus leisten, sondern kann nur Informationen zu einem Thema bieten, das dem Nutzer schon bekannt ist. Allerdings können die Akteure, die die Webseiten betreiben, auf welche die Suchmaschinen den Nutzer verweisen, durchaus

Aufmerksamkeit für neue Themen oder zumindest neue Aspekte bereits bekannter Themen erzielen. Bei Online-Öffentlichkeit durch Hyperlinks können Akteure, die prominente Positionen in diesem Informationsnetzwerk einnehmen, in ähnlicher Weise eine Agenda-Setting-Funktion erfüllen.

Im Rahmen herkömmlicher medialer Öffentlichkeiten nehmen Medien sowohl die Funktion der Vermittler als auch die der Anbieter politischer Informationen ein, während politische Akteure ihre Quellen darstellen. In den beiden hier untersuchten Formen von Online-Öffentlichkeit nehmen entweder Suchmaschinen oder Hyperlinks die Vermittlungsfunktion wahr, indem sie den angebotenen Informationsraum strukturieren. Als Anbieter der Informationen können potentiell alle Akteure Aufmerksamkeit erlangen, die Webseiten im Internet anbieten. Somit spielen Medien in den hier untersuchten Formen von Online-Öffentlichkeiten als Vermittler auf der strukturellen Ebene keine besondere Rolle. Sie stehen mit ihren Angeboten in den Informationsweiten des Internet – zumindest theoretisch – gleichberechtigt neben den Angeboten aller anderen Akteure, unabhängig davon, ob es sich hierbei um kollektive Akteure oder einzelne Bürger handelt. Ob die Aufmerksamkeitsverteilung sich ebenso gleichberechtigt strukturiert wie der potentielle Zugang, wird im empirischen Teil dieser Arbeit zu untersuchen sein.

Greift man an dieser Stelle noch einmal die Konstitution herkömmlicher massenmedialer Öffentlichkeiten als komplexes Interaktionssystem auf (vgl. Abschnitt 2.4), so lassen sich hier Parallelen sowohl zwischen Öffentlichkeiten, die durch vertikale Selektion als auch solchen, die durch horizontale Selektion entstehen, und den herkömmlichen medialen Öffentlichkeiten aufzeigen. Als diskursive Gelegenheitsstrukturen wurden drei zentrale Mechanismen beschrieben, die in der Interaktion zwischen den Medien, den politischen Akteuren und dem Publikum wirksam werden und die Strukturen herkömmlicher medialer Öffentlichkeit bestimmen: Sichtbarkeit, Resonanz und Legitimation. Sowohl Suchmaschinen als auch Hyperlinks verschaffen Webseiten – und damit den Akteuren, die sie betreiben – Sichtbarkeit im virtuellen Raum. Auf ihren Webseiten können die Akteure anderen Akteuren Sichtbarkeit verschaffen, indem sie sich beispielsweise mit ihren Forderungen auseinandersetzen (Resonanz) und ihnen Legitimation zu- oder absprechen. Das gleiche gilt für Hyperlinks. Wenn ein Akteur von seiner Webseite aus einen Hyperlink auf die Webseite eines anderen Akteurs anbietet, verschafft er diesem durch Resonanz Sichtbarkeit. Hier wird im empirischen Teil zu untersuchen sein, inwieweit sich die diskursiven Gelegenheitsstrukturen, die sich für

unterschiedliche politische Akteursgruppen in Online-Öffentlichkeiten bieten, von denen in herkömmlichen massenmedialen Öffentlichkeiten unterscheiden. Diese Frage ist insbesondere vor dem Hintergrund interessant, dass im Internet nicht mehr ausschließlich Medienakteure als Gatekeeper auftreten, sondern alle politischen Akteure diese Rolle übernehmen können. Insofern werden vorgefundene Unterschiede und Gemeinsamkeiten auch grundsätzliche Rückschlüsse auf die Konstitutionsbedingungen massenmedialer Öffentlichkeiten im Allgemeinen erlauben.

5.3 Sechs Arbeitshypothesen

Im folgenden Abschnitt geht es nicht darum, Hypothesen in dem Sinne zu entwickeln, als dass sie Einschätzungen über Zusammenhänge oder Erklärungsmuster durch ihre empirische Bestätigung oder Ablehnung ermöglichen. Vielmehr sind diese Hypothesen als Arbeitshypothesen zu verstehen, die dazu dienen sollen, eine Bestandsaufnahme des Ist-Zustandes auf der empirischen Ebene zu erleichtern, indem sie als Orientierungsmarke zur Beurteilung herangezogen werden.

Die Fragen, die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen und die die theoretische Herangehensweise strukturiert haben, beziehen sich zum einen darauf, ob das Internet zu einer *Demokratisierung* und zum anderen zu einer *Europäisierung* medialer Öffentlichkeit führt. Auf der theoretischen und konzeptionellen Ebene wurde geklärt, wie die verschiedenen sozialen Phänomene, die dadurch berührt werden, für eine empirische Untersuchung greifbar gemacht werden können. Auf der empirischen Ebene gilt es nun, die Performanz von Online-Öffentlichkeiten in Hinsicht auf die beiden forschungsleitenden Fragen zu untersuchen. Dazu werden vor dem Hintergrund der bisherigen Darstellung sechs Arbeitshypothesen formuliert:

Arbeitshypothese 1: *Online-Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit durch Suchmaschinen strukturiert wird, sind demokratischer als herkömmliche massenmediale Öffentlichkeiten, da sie unterschiedlichen Akteursgruppen die gleichen Chancen auf massenmediale Sichtbarkeit bieten.*

Arbeitshypothese 2: *Online-Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit durch Suchmaschinen strukturiert wird, weisen einen höheren Grad an Europäisiertheit auf als herkömmliche massenmediale Öffentlichkeiten.*

Arbeitshypothese 3: *Europäisierte Online-Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit durch Suchmaschinen strukturiert wird, sind demokratischer als europäisierte herkömmliche massenmediale Öffentlichkeiten, da sie zivilgesellschaftlichen Akteuren deutlich bessere Chancen auf massenmediale Sichtbarkeit bieten.*

Arbeitshypothese 4: *In Online-Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit durch Hyperlinkverweise strukturiert wird, hat keine Akteursgruppe systematisch bessere Chancen auf massenmediale Sichtbarkeit als andere Akteursgruppen.*

Arbeitshypothese 5: *In Online-Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit durch Hyperlinkverweise strukturiert wird, ist der Grad einer europäischen Transnationalisierung höher als der einer nicht-europäischen.*

Arbeitshypothese 6: *In europäisierten Online-Öffentlichkeiten, in denen Aufmerksamkeit durch Hyperlinkverweise strukturiert wird, sind transnationale europäische zivilgesellschaftliche Akteure nicht systematisch benachteiligt.*

Die Ergebnisse der folgenden empirischen Untersuchungen werden im letzten Kapitel dieser Arbeit vor dem Hintergrund der im theoretischen Teil vorgestellten Ansätze und Aspekte diskutiert. Dabei soll insbesondere herausgearbeitet werden, welche Einschätzungen sich aus den vorgefundenen Strukturen von Online-Öffentlichkeiten in Bezug auf ihr demokratisches und grenzüberschreitendes Potential ergeben. Anschließend werden aus den vorgefundenen Mustern und der Rückschlüsse, die sich daraus hinsichtlich der Konstitutionsbedingungen von Online-Öffentlichkeiten ziehen lassen, Einschätzungen über die Möglichkeiten und die Grenzen abgeleitet, innerhalb derer die technischen Potentiale des Internet die Strukturen medialer Öffentlichkeit (weiterhin) verändern könnten.