

Social Media und Web 2.0 III: Partizipatorische Potentiale

Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und Demokratie

Mögliche Anwendungsgebiete der IKT in Politik und Demokratie:

- Wahl- und Informationskampagnen per Computer
- Beratung: öffentliche MasseninFORMATIONssysteme
- Registratursysteme für Regierung und öffentliche Verwaltung
- elektronische Meinungsbefragungen, Volksabstimmungen, Wahlen (I-Voting)
- Decision Support Systeme (Wahl-O-Mat)

➔ **neue Form der „elektronischen Demokratie“**

Mögliche demokratisierende Effekte:

- leichter Zugang zu Informationen
- Zusammenschließen zu virtuellen Gemeinschaften
- Politische Aktivitäten unabhängig der etablierten Mächte
- Erhöhung von Umfang und Geschwindigkeit von Informationen
- Meinungspluralismus möglich

Jedoch: Werden die sozialen Ungleichheiten nicht einfach nur in den digitalen Raum übertragen?

➔ Julian Marcelo: „Informationsgesellschaft führt in eine Manipulationsgesellschaft (Bedrohung der Privatsphäre; Stabilisierung bestehender Machtstrukturen; auch Generierung von relevanten Informationen benötigt wiederum ökonomische Mittel...)

Zudem zu beachten ist der „**digital divide**“:

- Kluft zwischen armen und reichen Ländern spiegelt sich auch in der Zahl der Internetzugänge wider (die 400 000 Einwohner Luxemburgs besitzen mehr Bandbreite als insgesamt 750 Millionen Afrikaner)

- ➔ Dort wo sie sich verwirklichen kann, **könnte** die ‚elektronische Demokratie‘ den Zugang zu Informationen erleichtern, öffentliche Debatte ermöglichen und Bürgerbeteiligung verstärken

President 2.0? Neue Medienkulturen im Online-Wahlkampf von Barack Obama

- Obamas Wahlkampf setzte neue Maßstäbe für die politische Kommunikation
- historische Allianz zwischen Wahlen und den zur Verfügung stehenden Medien (Kennedy nutzte das neue Medium ‚Fernsehen‘ aktiv für seinen Wahlkampf)
 - ➔ neue politische Kommunikationsformen konzipieren heutzutage politische Kommunikation als **partizipativ**

Nutzungsformen für politische Kommunikation: **Weblogs** und **Social Networks**

- Politisch Interessierte organisieren sich selbst und bilden Unterstützernetzwerke
- Produktion von eigenen Videoclips
- Veranstaltung von Wahlpartys
- Unterzeichnung von Petitionen
- Weiterleitung der Kampagnen an Freunde und Bekannte
- Online-Geldspenden
 - ➔ **Selbstorganisierendes** Unterstützernetzwerk

Wahlkampfstrategie: ‚Grass Rooting‘

- Youtube-Videos als zentraler Baustein der Gesamtkampagne (insgesamt ca. 1300!)
 - ➔ ‚personalisiertes Fernsehen‘
- Aufforderungen zur Partizipation: ‚Join me‘ oder ‚It’s your choice‘ als Motto
- ‚personalisierte e-Mails‘ und SMS die zur Aktivität aufrufen
 - ➔ ‚community involvement strategy‘
- Verzahnung von Online- und Offline-Welt
- Präsenz sogar in Online-Szenen (Second Life, Computerspiele...)
 - ➔ Heutzutage wird Nutzung digitaler Medien und das sogenannte ‚Online-Grass-Rooting‘ für politische Kommunikation als **Obama-Effekt** bezeichnet