

## Bettina Oppermann: Statement e-motion / e-participation 2009

### 1 The state of the art

Das Netz entwickelt sich weiterhin dramatisch. 65 % der Befragten der ARD/ZDF-Online-Studie gaben an, Wikipedia gelegentlich zu nutzen, 28% zumindest wöchentlich. Private Netzwerke boomen, 39% des Onlinebudgets werden für Kommunikatives, also Mailen, Chatten, Bloggen usw. verwendet. Die Verschmelzung des Internets mit den klassischen Medien wird ebenfalls weiter voranschreiten. Wer will heute noch Radio mit Störgeräuschen hören? Oder darauf verzichten, Sendungen aufzuzeichnen, um sie erst zu hören, wenn man dazu Zeit und Muße hat?

### 2 Typisches Selektionsmuster auch für ePartizipation

Gleichzeitig gibt es ernüchternde Nachrichten: So hat sich die Aufholjagd der Frauen im Netz verlangsamt. Sie nutzen das Internet anders als die Männer. Mittlerweile hat sich herausgestellt, dass das Web 2.0 zwar von vielen konsumiert, aber nur von wenigen gespeist wird. Videoportale werden fast nur von 14 - 29jährigen bestückt und die beruflichen Netzwerke entfalten keine Sogwirkung. Die Einladung zu einem ePartizipationsverfahren wirkt genauso selektivierend wie klassische Einladungen mittels direkter Ansprache oder Zeitungsannonce. Jedes Einladungsverfahren ist eine Angel, mit dem man bestimmte Teilnehmerinnen und Teilnehmer fischt.

### 3 Kommunikationsstile prägen die Beteiligungsprojekte

Es existiert noch ein weiterer Grund, warum wir es bei ePartizipation mit einer ganz bestimmten Klientel zu tun haben. Auch der Kommunikationsstil prägt die Attraktivität der Projekte. In der klassischen Beteiligung kann man alleine drei verschiedene Stile unterscheiden, die die Menschen ganz unterschiedlich ansprechen: Die aktionistische, spielerische Beteiligung, die Metaplan-Beteiligung und die verwaltungsorientierte Beteiligung. Jugendliche fühlen sich zum Beispiel von langen Sitzungen, Protokollschleifen und ewigen Umsetzungszeiten abgestoßen und nehmen selten an Beteiligungsangeboten des dritten Typs teil. Die Metaplantchnik stößt wiederum viele ab, die gerne tiefergehende Debatten führen und ein schriftliches Konsensverfahren als Mindeststandard ansehen, um Beteiligungsergebnisse in den Politikbetrieb zu überführen. Andere sind wiederum Fans der Kärtchenmethode und des Punktes. Sie zeigen sich völlig zufrieden mit den vollgeschriebenen Wandzeitungen eines Wochenendes.

Einige Kennzeichen des webbasierten Kommunikationsstils sind zum Beispiel: Die Anmeldeprozedur mit der Aufforderung, doch bitte so genannte Nicknames zu verwenden; das permanente Bewerten von Beiträgen, um so die Liste der zu disku-

tierenden Punkte zu beeinflussen; die vollständige Transparenz der schriftlichen Äußerungen und Kommentare, die nur selten griffig zusammengefasst präsentiert werden. Ohne diesen Stil zu werten, kann man sich gut vorstellen, dass viele damit Probleme haben. Die schriftlich basierte Kommunikationsform hält diejenigen ab, sich zu beteiligen, die das offene Wort von Angesicht zu Angesicht schätzen. Das fehlende Bekenntnis im eigenen Namen und als Person zu agieren, macht eine Teilnahme für manche Menschen unmöglich. Und die permanente Bewertung von Diskussionsbeiträgen, das Kommentieren und Ranken ist sicher nur für ganz wenige Diskussionsgegenstände und Phasen angemessen. Kann es sein, dass die Community sich selbst aufgrund ihres Stils abschottet und so als nicht anschlussfähig erweist?

#### **4 Ist dieser Stil zwangsläufig dem Medium geschuldet?**

Dabei wäre es doch möglich, die Schriftlastigkeit über Audio- und Videoanwendungen aufzubrechen, einen Film von Jugendlichen im Gemeinderat zu zeigen und ihnen so eine Stimme zu verleihen. Dabei wäre es doch möglich, auf Abstimmungen, Rankings etc. zu verzichten, um zum Beispiel mithilfe von Sprachmediatoren präzise und anschlussfähige Textdokumente als Konsensprodukte vorzulegen. Dabei wäre es doch möglich, aufgrund von Regeln, evtl. auf einer kleinen abgeschotteten Plattform nicht anonym und selbstverantwortlich zu agieren. Der Kommunikationsstil der neuen Medien ist nicht vom Himmel gefallen, er ist dem zum Teil völlig wirklichkeitsfernen psychologischen Kommunikationsmodell und Gesellschaftsbild der Entwickler geschuldet.

#### **5 Die Verantwortung der Online-Moderatoren**

Nicht die Technik gibt uns vor, wie wir das Netz zu nutzen haben, sondern die Anbieter von Beteiligungsverfahren oder auch diejenigen, die diese Verfahren unter Umständen auch bottom up initiieren. Dabei bestimmen die Softwareentwickler, die Konzeptionsmacher und die Moderatoren den Stil der Kommunikation. Die These, dass reale Gruppen in ihrer Dynamik zu problematischen Ergebnissen kommen können, ist alt. Dass deshalb verteiltes Wissen im Netz aufgrund der Überwindung der gruppenbedingten Kommunikationsbedingungen besser zu aggregieren sei, ist nicht schlüssig. Wir wissen noch viel zu wenig über die virtuell-gruppenspezifischen Anforderungen und Kompetenzen der Nutzerinnen und Nutzer, um hier sicher agieren zu können. Sicher scheint nur, dass die Konzeptentwickler und Moderatoren ein viel breiteres Spektrum an Gestaltungsmöglichkeiten ausschöpfen müssen, als sie dies bislang tun.

#### **6 Weiterführende Literaturhinweise**

Eimeren, Brigitte van; Frees, Beate (2009): Der Internetnutzer 2009 - multimedial und total vernetzt?, in: Media Perspektiven 7, S. 334-348

Sunstein, Cass R. (2009): Infotopia, Wie viele Köpfe Wissen produzieren, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main