

Demokratie als Shitstorm?

Implikationen zur politischen Debattenkultur durch Social Media.

Von Stephan Weichert

Als John Stuart Mill vor 189 Jahren die London Debating Society gründete, hätte er sich nicht träumen lassen, wie soziale Netzwerke einmal die politische Öffentlichkeit prägen würden. Der Nationalökonom und Sozialreformer, der bis heute als einer der einflussreichsten Verfechter des politischen Liberalismus gilt, hatte den Londoner Debattierclub ins Leben gerufen, um sich für die Einführung einer „reinen Demokratie“ einzusetzen (Halliday 2004). Mill hätte sicher seine Freude daran gehabt, zu sehen, wie seine Visionen von einer direkten, die Bürger unmittelbar einbeziehenden Staatsform zu Beginn des dritten Jahrtausends greifbar geworden sind – zumindest in Ansätzen.

Während hierzulande das professionelle Streiten ein vergleichsweise junges Phänomen ist, reicht die Geschichte der Debattierclubs in Großbritannien bis weit ins 17. Jahrhundert. Nicht umsonst gelten die britischen Clubs als Geburtshelfer der politischen Philosophie und als Brutstätten einer bis in die Gegenwart reichenden parlamentarischen Debattenkultur. Aus dem Geist der Aufklärung entstanden, markieren sie Prinzipien, die sich erhalten haben – mit dem Unterschied, dass sich die rhetorischen Figuren des Debattierens zunehmend der digitalen Moderne anpassen.

Dem ökonomischen Prinzip des *Long Tail* (Anderson 2007), also der Idee einer digitalen Vernischung folgend, ist eine wachsende Diversität unserer Debattenkultur zu beobachten bei gleichzeitigem Zugewinn an Partizipationsofferten. Die kommunikativen Einbahnstraßen werden durch die digitalen Verästelungen nicht nur aufgebrochen, sondern im Ergebnis demokratischer. Verglichen mit der gehobenen Streitkultur von einst, die sich an strengen Sprachregeln und festen Ritualen orientierte, erscheint die digitale Debattenära weniger elitär und nicht so stark intellektuell aufgeladen: Das Netz hat gerade die politische

Prof. Dr. Stephan Weichert ist Professor für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Hamburg und leitet den Weiterbildungsstudiengang „Digital Journalism“ an der Hamburg Media School.

Debatte nivelliert und sie – ganz im Sinne von John Stuart Mill – geradewegs ins Herz der Zivilgesellschaft zurückgeführt. Der demokratische Streit ist nicht mehr als hohe Kunst zu verstehen, die nur eine gebildete Oberschicht beherrscht. Sie ist zum Kernelement partizipativer Selbstbestimmung herangereift, die weder publizistische Zugangsbarrieren noch formale Hürden kennt: Schnell, unkompliziert, direkt und mitunter schmutzig steht sie den Bürgern näher als je zuvor.

Wie wir künftig über gesellschaftliche Themen diskutieren

Mit der Frage, wie tiefgreifend das Internet den zivilgesellschaftlichen Diskurs und damit den Grad der politischen Mitbestimmung stimuliert, sind Gelehrte, Sachverständige und Politiker aller Parteien schon seit geraumer Zeit befasst. Die 34-köpfige Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ hat beispielsweise mit einem Dutzend Projektgruppen nach knapp drei Jahren Amtszeit und 179 Arbeitssitzungen einige dickleibige Bestandsaufnahmen und Forderungskataloge für den Deutschen Bundestag ausgefertigt. Worum es ihr in den prognostischen Handlungsempfehlungen vor allem geht, ist, wie die „Herausforderungen der digitalen Gesellschaft gemeistert“ und wie „ihre Chancen am besten genutzt“ werden. Wie auf ihrer Website (www.bundestag.de/internetenquete) nachzulesen ist, umtreibt die Kommissionsmitglieder die Vermessung gängiger Schlagworte, Konzepte und Perspektiven der digitalen Moderne wie „Medienkompetenz“, „Datenschutz“, „Bürgerbeteiligung“, „Urheberrecht“ und „Verbraucherschutz“. Ganz allgemein war sie aber auch mit Zukunftsaussichten von Bildung und Forschung, Wirtschaft und Arbeit, Staat und Demokratie befasst. Etwas weniger evident an den Berichten ist, dass die von der Kommission präsentierten Lösungsansätze, die sich in dem „umfangreichen Kompendium zu den Themen der digitalen Gesellschaft“ wiederfinden, zuallererst auch vom Grad der Integration unserer Debatte abhängen. Oder anders gesagt: Die Richtungen, die unsere digitale Gesellschaft in den nächsten Jahren einschlagen oder nicht einschlagen wird, sind vor allem von der Qualität abhängig, wie wir über gesellschaftliche Themen diskutieren und über politische Inhalte streiten.

Holm Friebe hat in einem hellsichtigen Beitrag für das „Jahrbuch Fernsehen“ geschrieben, dass das „öffentlich-rechtliche Fernsehen seiner Rolle als kollektiver Diskursraum und kulturelles Themengedächtnis auch im digitalen Zeitalter ge-

recht“ werde, wenn es einer Generation entgegenkommt, „die den geplanten Fernsehkonsum verlernt hat, die ihren Tag nicht nach dem Fernsehprogramm einrichten, sondern vom Fernsehprogramm gefunden werden möchte“ (Friebe 2012, S. 21f.). In Analogie möchte man unseren Volksvertretern zurufen, dass sie diesen klugen Gedankengang ebenfalls beherzigen mögen; dass sie unbedingt einsehen wollen, warum ihre politischen Sichtweisen die entsprechenden Zielgruppen unter digitalen Vorzeichen suchen müssen – und das Publikum nicht, wie bisher angenommen, auf politische Verkündungen in der „Tagesschau“ oder in einem „ARD-Sommerinterview“ wartet. Und dass Politik dann darauf hoffen darf, dass auch Nischenthemen ihre Adressaten finden.

Hypermodernes Verteilsystem für Argumente

Die Versprechungen, dass soziale Netzwerke zumindest potenziell die politischen Nischen erobern und ihre Anliegen direkter zum Wähler tragen, klingen da äußerst charmant. Das soziale Netz könnte das hypermoderne Verteilsystem für den politischen Argumentetransfer bilden, das der für viele Bürger inzwischen opake Politikbetrieb so dringend braucht. Es könnte, ganz konkret, die spezifischen Programme und unterschiedlichen Positionen der politischen Parteien zu größeren und kleineren Debattenthemen wie Elterngeld, Mindestlohn, Tempolimit, Energiewende oder Studiengebühren genau dort platzieren, wo das für diese Signale zu sensibilisierende Publikum sitzt. Und es könnte sich, gewissermaßen im politischen Geist der von Mill erdachten „Direktdemokratie“, zum glaubwürdigen Instrument der Mobilisierung engagierter Mitstreiter entpuppen: in Bezug auf Petitionen, die Übertragung von Wahlkampfveranstaltungen mit Abstimmungsrechten oder virtuelle Parteiversammlungen.

Nicht alleine wegen solcher verwegenen Mitmach-Phantasien hat die Social-Media-Bewegung in den Parteien einen Ansteckungseffekt bewirkt: Die durchschlagenden Erfolge der beiden Obama-Präsidentschaftswahlkämpfe 2008 und 2012, in denen mit allen digitalen Tricks gekämpft wurde, aber auch der anhaltende Wählerzulauf bei der Piraten-Partei haben etliche Nachahmer unter den politischen Akteuren auf den Plan gerufen und in ihnen einen Überaktionismus geweckt, weil sie offenbar hoffen, dass über soziale Medien reihenweise junge Wählerschichten einzufangen sind.

Die Zeiten, in denen im Bundestag mit sozialen Netzwerken gefremdelt wurde, sind passé; längst haben sie sich als kommunikative Werkzeuge etabliert.

Die Zeiten, in denen im Bundestag mit sozialen Netzwerken gefremdelt wurde, sind passé; längst haben sie sich als kommunikative Werkzeuge im politischen Tagesgeschäft etabliert, wobei das Duett „Twitter“ und „Facebook“, am Rande allenfalls „Google+“ und „Youtube“ eine strategische Rolle spielen, um ihre Botschaften mithilfe publizistischer Multiplikatoren an den journalistischen Gatekeepern vorbei in den digitalen Resonanzraum zu schmuggeln. So lassen sich auch deutsche Parlamentarier, die möglichst up-to-date erscheinen wollen, das Feedback aus der Parallelwelt der sozialen Netzwerke systematisch auswerten und diese Erkenntnisse direkt in ihre Wahlkampfstrategie einfließen.

Die Schattenseite der neuen Volksnähe

„Tue Gutes und rede darüber“, lautet die älteste Erfolgsformel der PR-Branche. Und genau diese Devise scheint die Politik für das Social Web zu begeistern – oberflächlich betrachtet. Das millionenfache Twittern, Liken, Posten amerikanischer Politiker und deren gewissenlose Zweckentfremdung von Social-Media-Daten zu Wahlzwecken hat viele hiesige Politiker auch skeptisch gegenüber den Praktiken dieser „Politik 2.0“ gemacht. Denn ver-

gessen werden darf trotz der Euphorie über den kollektiven Diskursrausch nicht, dass die Digitalisierung unberechenbare Dynamiken in unserem demokratischen Staatsgefüge freisetzt. Die Folgen der immer schnelleren Kommunikation können die Hygiene der politischen Debattenkultur ernsthaft beeinträchtigen. Und das ist die Schattenseite der neuen Volksnähe: Dass der digitale *Sofortismus* den Akteuren aus Politik und Medien ein hohes Maß an Selbstdisziplin abverlangt, nicht jedes Wahlkampftour-Foto vom Bratwurststand an die politischen Freunde zu posten, nicht jedes komplexe Thema der Sozialpolitik für seine Follower-Gemeinde auf 140 Zeichen einzukürzen, und sei die Versuchung, sich ständig mitzuteilen, noch so groß.

Auch verstärken gerade Netzdebatten, die über einen längeren Zeitraum laufen, den Eindruck, als ginge es den Kommentatoren nur selten um einen konstruktiven Dialog. Es nimmt kaum Wunder, dass viele Diskussionen oft spitzfindig, destruktiv und blutleer verlaufen. Vor allem auch die Auseinandersetzungen in den Kommentarspalten und Meinungsforen der Online-Redaktionen reichen vom verbalen Scharmützel über ausgewachsene Verschwörungstheorien bis hin zum digitalen Rauschen, in dem triftige Argumente selbst mit der Lupe nur schwer zu fin-

Trotz Euphorie über den kollektiven Diskursrausch: Die Digitalisierung setzt auch unberechenbare Dynamiken im demokratischen Staatsgefüge frei.

den sind. Syrien, Israel, Gleichstellung oder Homo-Ehe: Derer Beispiele für solche Reizthemen, die mitunter hochemotionale Reaktionen auslösen und eine echte Debattenkultur vermissen lassen, gibt es etliche. Davon singen selbst online-affine, dialogerfahrene Redaktionen ein Lied: Ob „Spiegel Online“, „Zeit Online“, „Tagesschau.de“ oder „Süddeutsche.de“ – es gibt kaum ein seriöses journalistisches Internet-Angebot in Deutschland, bei dem emotionale User-Debatten nicht schon einmal die Justitiarie im Dauereinsatz beschäftigt hätten.

Ohnehin hat das exorbitante Wachstum der Kanäle, über die politische Inhalte transportiert werden, nicht nur den Leidensdruck auf die Politiker erhöht, sondern auch den Leistungsdruck auf die Journalisten: Die publizistische Bedeutung des Web 2.0 als Verbreitungs- und Kommunikationskanal wird auch in Zukunft weiter wachsen. Die für den „Innovationsreport Journalismus“ (Kramp/Weichert 2012) durchgeführte Expertenbefragung konstatiert beispielsweise, dass gerade die sozialen Netzwerke für Journalisten immer wichtiger werden – sei es als Plattform für Marketing und Vertrieb, zum Zwecke des Community-Building, aber auch im Hinblick auf die inhaltliche Auslagerung aufwändiger Recherchen, zum Beispiel bei datenjournalistischen Projekten (Crowdsourcing). Die Sorge in vielen Redaktionen, bald den Anschluss an die „Dialogisierung“ zu verpassen, ist daher erwartungsgemäß groß. Von einem tragfähigen Konzept, wie derlei Publikumsdialog möglichst produktiv umzusetzen sei, kann jedoch bisher noch nicht die Rede sein – der Tsunami an ungefiltertem Geraune, das auf die Redaktionen täglich einströmt, ist schlicht nicht zu bändigen: „Es stimmt, dass die Anzahl und Vielfalt der publizierenden Plattformen im Zeitalter des Internet geradezu explodieren – und das ist eine gute Sache“, konstatiert Paul E. Steiger (2012), Gründer der amerikanischen Recherchedredaktion „Pro Publica“, die sich weitgehend über Spenden finanziert. „Allerdings“, so Steiger, „beschäftigen sich nur wenige davon mit der eigentlichen Berichterstattung. Dementsprechend stehen wir vor einer Situation, in der Meinungsquellen wuchern, während die Faktenquellen, auf denen diese Meinungen beruhen, schwinden.“ Und genau das ist des Pudels Kern: Das Netz ist ideal geeignet für Meinungsaustausch. Für die Herstellung politischer Öffentlichkeit braucht es aber nach wie vor Profis, die das Netz nach Brauchbarem durchforsten und das Gefundene einordnen können.

*Der Tsunami an ungefiltertem
Geraune, das auf die Redaktionen
täglich einströmt, ist schlicht
nicht zu bändigen.*

Das Netz als „Speaker’s Corner“

Angesichts solcher Verwerfungen im publizistischen System bleibt also interessant, ob das Meinungsgeschwader im Social Web langfristig einen Substitutionseffekt auf den Journalismus ausüben wird und vor allem, welche Folgen das für die Nachhaltigkeit unserer politischen Öffentlichkeit hat, wenn sich alles Gesagte und Getane in der Politik über soziale Netzwerke ungefiltert seinen Weg zum Wähler bahnt. Es ist zu überlegen, ob der Preis der Authentizität, die ja durch den Direktkontakt zum Wähler über „Twitter“, „Facebook“ & Co. aufgewertet wird, nicht zu hoch ist, wenn die Politik dadurch noch sinnentleert und weiter radikal beschleunigt wird. Der Jenaer Soziologe Hartmut Rosa hält die Beschleunigung der Politik jedenfalls für ein „un-

lösbares Dilemma“ (Mayer 2009). Und es ist offenkundig, dass die technischen Nachrichtenbeschleuniger zu Informationsverdünnern werden, sobald sie dem professionellen Anspruch der Politik zuwiderlaufen, einem Metier nachzugehen, das nach Auffassung

von Franz Müntefering „ein menschen-adäquates Tempo“ (Nink 2013, S. 8) braucht – „zum Nachdenken und zum Diskutieren und für demokratisch legitimierte Entscheidungen“. Was die Politiker selbst betrifft, glaubt auch Bundestagspräsident Norbert Lammert, dass „die Zeit, die für elektronische Kommunikation in Anspruch genommen wird, für alles andere offensichtlich nicht mehr zur Verfügung“ stehe.¹

Offen bleibt, ob die Transformation des Politischen auch unter dem steigenden Zeit- und Mitteilungsdruck gelingen kann, oder ob letzteres auf Dauer eine Aushöhlung gesellschaftlicher Debatten zeitigt, weil diese fortan ohne ritualisierte Abläufe und stabile Gefäße verhandelt werden (müssen). Dass die ständige Verfügbarkeit Politiker zu Getriebenen machen, wird vielleicht als Nebenwirkung hingenommen. Aber welche Tragweite die „Hektik der Jetzt-Zeit-Mentalität“ (Müntefering 2013) für unser grundlegendes Demokratieverständnis hat, ist bei weitem noch nicht absehbar.

Um allen Kulturpessimisten gleich den Wind aus den Segeln zu nehmen: Natürlich geben die sozialen Netzwerke, im Ganzen gesehen, wichtige politische Impulse und bieten für die Politik den unschätzbaren Vorteil des Direktkontakts zum Wähler:

Ist der Preis der Authentizität durch „Twitter“ und „Facebook“ zu hoch, wenn die Politik dadurch noch sinnentleert und weiter radikal beschleunigt wird?

1 Persönliche Mail an den Verfasser.

Das Netz ist zum globalen „Speaker’s Corner“ geworden, einer prinzipiell öffentlichen Spielwiese mit allerlei Eckchen, aus denen jeder ungefragt und aus voller Inbrunst der Überzeugung das politische Tagesgeschäft kommentieren darf. Und tatsächlich scheint der Sound der digitalen Politik bei einigen jungen Aficionados wieder aufrichtiges Interesse zu wecken, ihre Debatte lust zu stimulieren. Es sind aber eben nur einige. Denn die erhofften breitenwirksamen „Piratisierungseffekte ohne Piraten“ (Bieber 2013), wonach der politische Aufmerksamkeitskampf über das Netz zu gewinnen sei, bleiben bei vielen etablierten Parteien bisher zumindest aus.

Auch wenn die Zeiten des digitalen Attentismus endgültig vorbei zu sein scheinen, steht zu vermuten, dass die teils immer noch dilettantisch wirkenden Anbieterungsversuche der Akteure des politischen Betriebs, sich über „Facebook“ und „Twitter“ möglichst lässig zu präsentieren, Jugendliche eher abschrecken, als dass sie deren politisches Ego stärken: Die ungelenten Auftritte in der Digitalität erwecken zuweilen den Eindruck, als sei die Internet-Performance letztlich nur Mittel zum Zweck. Mit Innovation hat dieses Gewollt-aber-nicht-gekonnt-Getue in der Regel nur wenig gemein: Vielmehr hat es schon einige Spitzenpolitiker in die berüchtigte Twitter-Facebook-Falle tappen lassen – und sie zu vorschnellen, unüberlegten Äußerungen animiert.

Die ungelenten Auftritte in der Digitalität erwecken zuweilen den Eindruck, als sei die Internet-Performance nur Mittel zum Zweck.

Pathologien der digitalisierten Medienwelt

Wie schaut nun die Zukunft der öffentlichen Debatte aus? Die Dekonstruktion mag für viele Akteure der Web-Kultur zum gelebten Prinzip gehören. Doch ungeachtet der Attraktivität sozialer Medien für die Politik erfordern gerade die Pathologien der digitalisierten Medienwelt eine aufmerksame Beschreibung, auch weil das „Soziale“ in den sozialen Medien immer noch kleingeschrieben wird und häufig nachgegärtet werden muss, damit ein vernünftiger Dialog überhaupt in Gang kommt. Was auch daran liegt, dass sich Trolle nie mit Klarnamen ausweisen, sondern stattdessen den Nebel der Anonymität im Netz bevorzugen, um zu verunglimpfen, zu denunzieren oder sogar zu drohen. Dort, in der herrschaftsfreien Zone, wird die kollektive Denunziation, die fiebrige Suche nach menschlichen Verfehlungen, immer mehr zum Volkssport. Die zunehmende Entfesselung im Netz zielt einzig und allein darauf ab, die schwarzen Schafe unter den Abgeordneten an den Online-Pranger zu stellen.

Spitzenpolitiker wie Bundespräsident Joachim Gauck, Peer Steinbrück, Karl Lauterbach, Sebastian Edathy (alle SPD), Patrick Döring, Daniel Bahr (beide FDP), Volker Beck, Hans-Christian Ströbele, Daniel Cohn-Bendit (alle Bündnis 90/ Die Grünen), Dagmar Wöhrle (CSU), Angela Merkel, Jens Spahn (CDU), Christopher Lauer, Johannes Ponader (beide Piraten) – sie alle haben, quer durch alle Parteien, mit dieser Lawine aus digitalen Wutausbrüchen und persönlichen Hasstiraden schon zu tun gehabt. Das Netz birgt offenkundig ein gewaltiges Shitstorm-Potenzial – „mediale Empörungsbewirtschaftung in kontextfreier Endlosschleife“, hat dies der Schweizer Journalist Daniel Binswanger (2013) treffend genannt. Und die „Zeit“ spricht einstweilen von einem „Debattenklima der Hysterie“ (Pauer/Pham/Wefing 2013), von dem sich Politiker und traditionelle Medien einschüchtern ließen.

Und natürlich stimmt es auch: Die Verrohung der Sitten zeigt sich vor allem in solchen Fällen am deutlichsten, wenn sich die Netzgemeinde anschickt, Angeklagte in laufenden Prozessen verbal zu verprügeln und sich dabei zum Richter oder sogar zum Henker aufzuschwingen – das bekommen dann und wann sogar Nicht-Politiker vom Kaliber eines Boris Becker zu spüren. Dass es als Pendant zur Entrüstungswelle nun auch den Wohlfühlwaschgang, den „Candystorm“ gibt, macht das Klima nicht besser. Es ist ein bisschen wie das Spiel der Prominenz mit der „Bild“-Zeitung: Wer im Fahrstuhl mit der Social Community nach oben fährt, muss auch damit rechnen, dass es eines Tages wieder abwärts geht. Shitstorm happens!

Überhaupt fragt man sich bei dieser zunehmenden Selbstjustiz, welche moralischen Abgründe die politische Debattenzukunft im Netz noch so bereithält. Die moderne „Erregungsgesellschaft“ (Peter Sloterdijk) hat so manchen „virtuellen Vernichtungsfeldzug“ provoziert, wie das Politmagazin „Panorama“ für seine Sendung vom 5. Juli 2012 unter dem Titel „Shitstorm im Bundestag: Politiker am Online-Pranger“ recherchiert hat. Solche Kollateralschäden sagen jedenfalls nichts Gutes über die Verfasstheit unserer demokratischen Öffentlichkeit aus, von der mangelnden bundesrepublikanischen Bindekraft ganz zu schweigen.

Die Politik muss sich daher fragen lassen, ob und wie sie die Ur-Prinzipien einer sportlichen und fairen Kontroverse wieder rekultivieren kann – um der Qualität politischer Auseinandersetzungen

Wer im Fahrstuhl mit der Social Community nach oben fährt, muss damit rechnen, dass es eines Tages wieder abwärts geht.

zungen und der sozialen Selbstbestimmung willen. So sehr, wie es vielen Zeitgenossen offenbar Schadenfreude bereitet, sich in die Tiefen der Kommentar-Ghettos zurückzuziehen und getarnt unter ihren Pseudonymen ihre eigenwillige Form der Basisdemokratie zu zelebrieren (ohne zu ihren Beleidigungen mit ihrer wahren Identität stehen zu müssen), fällt es anderen, die sich erkennbar bemühen, gewissenhafte und strukturierte Debatten ohne lästige Trolle und obszöne Zwischenrufer zu führen, umso schwerer. Die Konstruktion des Social Web macht die Teilhabe heterogener sozialer Gruppen erst möglich. Soweit, so gut, aber sie verleitet eben viele auch dazu, Häme, Hass und Zwietracht zu säen.

Noch heute werden Parlamentsdebatten in der Ukraine, der Türkei, in Russland, Südkorea, Mexiko oder Italien nicht nur lautstark, sondern traditionell auch unter Anwendung physischer Gewalt geführt – ausgeraute Haare, zerfetzte Anzüge und blutige Lippen sind an der Tagesordnung. Die Ultima Ratio zur Debattenkultur ist vielleicht diese: Sind derlei Prügeleien im Parlament mit Blick auf manchen Sittenstrolch im Netz nicht um einiges aufrichtiger, als Politiker im Internet immer gleich zur „Persona non grata“ auszurufen und ihnen übel nachzustellen?

Vielen bereitet es Schadenfreude, sich in die Tiefen der Kommentar-Ghettos zurückzuziehen und eine eigenwillige Form der Basisdemokratie zu zelebrieren.

Politische Identitäten jenseits der Hektik des Hashtags

Es fällt schwer zu glauben, dass Diskussionen in der digitalen Sphäre per se als Arretierungsmarken für die politische Meinungs- und Willensbildung taugen – dafür sind sie in der Regel zu impulsiv, chaotisch und selten nachhaltig. Ausnahmen, wie die mit dem Grimme Online Award ausgezeichnete „Twitter“-Aktion #aufschrei, in der Anfang 2013 vor allem jüngere Frauen beklagten, wie sie den alltäglichen Sexismus in unserer Gesellschaft erleben, bestätigen diese Regel: Die Bloggerin und Initiatorin Anne Wizorek schaffte es, mit einem simplen Schlagwort (Hashtag) beim Kurznachrichtendienst „Twitter“ eine vergleichsweise nachhaltige Web-Debatte loszutreten. „Binnen weniger Tage schalteten sich 15 000 Menschen in die Debatte ein“, analysiert der Hamburger Medien- und Journalismusforscher Volker Lienthal (2013, S. 20): „Plötzlich war das Thema ‚Sexismus‘ auf der Tagesordnung. Wizorek wurde zu einer Art Star, eingeladen in viele Talkshows.“ Bei aller Personalisierung, die die Medien in einem ihrer typischen Reflexe vorgenommen hätten, sei es eben

mehr als ein individueller Aufschrei gewesen, denn in der Folge, so Lilienthal, „artikulierte sich der Protest vieler.“

Einer Datenanalyse der Programmiererin Lena Schimmel zufolge habe „es sich um eines der größten Diskussionsereignisse auf der deutschsprachigen Twitter-Plattform bisher überhaupt“ gehandelt (ebd.). Am Ende dieser emotional aufgeladenen Social-Media-Debatte waren laut Schimmel fast 50 000 Tweets und mindestens 30 000 Retweets über Twitter und andere digitale Plattformen wie Facebook määndert – ein nie dagewesener Rekord. „Die Quantität, aber auch die Qualität dieser Debatte bewies schlagend die Macht von Social Media“, konstatiert Lilienthal.

Gerade solche Diskussionen demonstrieren, dass auch in Deutschland Debatten von gesellschaftlicher Tragweite im Netz entstehen, die es – jenseits der Hektik des Hashtags – schaffen, „bislang festgefahrene Perspektiven aufzubrechen und zu erweitern“, wie #aufschrei-Urheberin Wizorek (2013, S. 44) für das Technologiemaßazin „Wired“ schreibt. So unberechenbar der Ausgang solcher Ad-hoc-Kampagnen für den politischen Diskurs sein mag, so hoch die Gefahr, dass solche Debatten von Dritten vereinnahmt oder gekapert werden und in eine vollkommen andere

Die Teilhabe an Ereignissen im Netz bringt Existenzen mit ähnlichen Interessen zueinander und stiftet auf diese Weise politische Gegenöffentlichkeit.

Richtung abdriften können, sei letztlich doch bewiesen worden, so Wizorek, dass der Auslöser einer solchen Aktion „mittlerweile nicht mehr von einer offiziellen Institution ausgehen oder einer bestimmten Zielführung unterliegen“ müsse (ebd., S. 45). „Emotionales Echo“ nennt sie es, wenn Social Media ein Lagerfeuer entfachen, „um das sich alle spontan versammeln und eigene Erfahrungen zum Thema einbringen“ (ebd.). Und vielleicht ist es genau das, was den Reiz und die Stärke der digitalen Demokratie ausmacht: Dass die Teilhabe an Ereignissen im Netz zuweilen unterschiedliche Existenzen mit ähnlichen Interessen zueinander bringt und auf diese Weise politische Gegenöffentlichkeit stiften kann.

Literatur

Anderson, Chris (2007): *The Long Tail – Der lange Schwanz*. München.

Bieber, Christoph (2013): *Piratisierungseffekte ohne Piraten*. <http://www.vocer.org/piratisierungseffekte-ohne-piraten> (zuletzt aufgerufen am 18.4.2014).

Binswanger, Daniel (2013): *Demokratie als Shitstorm*. In: *Das Magazin*, Nr. 21, S. 6.

- Friebe, Holm (2012): Will TV find me. In: Grimme-Institut u.a. (Hg.): *Jahrbuch Fernsehen 2012*. Berlin, S. 16-22.
- Halliday, Richard John (2004): *Political Thinkers. Volume IV: John Stuart Mill*. London.
- Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2012). *Innovationsreport Journalismus: Ökonomische, medienpolitische und handwerkliche Faktoren im Wandel*. Bonn.
- Lilienthal, Volker (2013). *Social Media – eine Substitution von Qualitätsjournalismus?* In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 26. Jg., Nr. 2, S. 20-31.
- Mayer, Norbert (2009): *Beschleunigung: „Unlösbares Dilemma für die Politik“*. Interview mit dem Soziologen Hartmut Rosa über die Tücken der Beschleunigung in allen Lebensbereichen. http://diepresse.com/home/science/502730/Beschleunigung_Unlosbares-Dilemma-fur-die-Politik (zuletzt aufgerufen am 18.4.2014).
- Müntefering, Franz (2013): *Demokratie braucht Zeit*. <http://www.vocer.org/demokratie-braucht-zeit> (zuletzt aufgerufen am 18.4.2014).
- Nink, Karin (2013): *Der lange Marsch durch die Politik*. In: *Vorwärts*, Nr. 9, S. 8.
- Pauer, Nina/Pham, Khue/Wefing, Heinrich (2013): *Die große Vergiftung*. In: *Die Zeit vom 16.5.*, S. 2-3.
- Steiger, Paul (2012): *Fakt, Fiktion, Charity*. <http://www.vocer.org/fakt-fiktion-charity> (zuletzt aufgerufen am 18.4.2014).
- Wizorek, Anne (2013): *Hashtag-Lagerfeuer*. *Wired*, Nr. 2, S. 44-45.