

Hyperdemocracy - Einschätzung und Perspektive digitaler Politikgestaltung auf die demokratische Kultur in Österreich

Traude KOGOJ

(Mag. Dr. Traude Kogoj, Freie Wissenschaftlerin und Autorin, Wien, e-mail: h8405564@idefix.wu-wien.ac.at)

1. EINLEITUNG

Zuerst hat die politische Chance des Mediums Internet die erste Adresse der Welt erkannt. 1993 kündigt die amerikanische Regierung das Projekt „National Information Infrastructure“ an. Bill Clinton läßt elektronische Anlaufstellen im Weißen Haus einrichten. ‘The White House Website’ verzeichnet seit der Gründung im Oktober 1994 über vier Millionen digitale BesucherInnen. Mehrere hundert MitarbeiterInnen sind täglich mit der Sichtung des elektronischen Bürger-Inputs beschäftigt. Es gibt kaum eine Regierung in der ‘hochindustrialisierten Welt’, die die Auffahrt auf den Infohighway noch nicht genommen hat. Australien beispielsweise macht im Jahre 1994 84 Millionen Aus\$ locker, um eine geeignete „Digital Age- Struktur“ zu entwickeln. Die EU läßt im Rahmen des Förderprogramms INFO 2000 fast jeden zweiten EURO in die „Erschließung des Multimedia-Potentials in Europa“ fließen, das sind für die erste Phase von 1996 bis 1999 rund 910 Millionen Schilling.¹ Auch Österreich ist Nutznießer von EU-Förderungen und mischt bei mehreren Projekten wie MUNICIPIA; M.I.R.T.I., C.I.C.E.R.O. u.a. mit. Nicht ohne Grund, denn Österreich ist noch weit von einer Informationsgesellschaft entfernt: Laut der MEMBER STATES’ STUDY² geben die österreichischen NutzerInnen knapp 61,5 Mio. EURO für elektronische Informationsdienste aus, das ist ein europaweiter Marktanteil von 1,6 %. Somit rangiert Österreich an fünftletzter Stelle knapp vor Luxemburg, Griechenland, Irland und dem Schlußlicht Island. Der ‘communication lag’ ist ebenso groß wie die Überzeugung, daß der erste Schritt ins Informationszeitalter nur über die digitalen Kanäle zu nehmen ist: „Eine eigene ‘Homepage’ zu haben, ist nicht nur in Kreisen von ‘Computerfreaks’, sondern auch für Wirtschaftsunternehmen und öffentliche Einrichtungen geradezu zum Statussymbol geworden“³, heißt es einleitend in der Zeitschrift ‘PARLAMENT’. Seit 25. November 1996 ist auch das österreichische Parlament im Netz.

2. ÖSTERREICH UND DIE DIGITALEN ERRUNGENSCHAFTEN

Das österreichische Parlament präsentiert sich später als die meisten Regierungen rund um den Globus im WWW. Und es klingt fast wie eine Entschuldigung, wenn es in der Zeitschrift ‘Parlament’ heißt: „Das österreichische Parlament ist bei der Nutzung des Mediums Internet einen anderen Weg gegangen. Natürlich sind auch über den WWW-Server des Parlaments allgemeine Informationen über den Parlamentarismus in Österreich, über seine Geschichte und die Funktion des Parlaments in der österreichischen Verfassungsordnung verfügbar, das Schwergewicht des Angebots im Server liegt jedoch auf der Servicefunktion des neuen Mediums.“⁴ Auf den ersten Blick allerdings ist das grundsätzlich andere, neue Element der Präsentation des österreichischen Parlaments im Vergleich zu den Homepages anderer Parlamente rund um den Globus nicht wirklich auszumachen.

Derzeit kann auf rund 60.000 der von der Parlamentsdirektion geführten Dateien zugegriffen werden. Neben Grundinformationen über die gegenwärtige Mandatsverteilung bzw. Zusammensetzung des Nationalrates und des Bundesrates sowie ihrer Ausschüsse finden sich hier beispielsweise Angaben über jedes einzelne Mitglied des Nationalrates und des Bundesrates - eine Biographie, die sogar die öffentlichen Auszeichnungen für besondere Verdienste anführt, nebst Daten über die parlamentarischen Aktivitäten des Mandatars - wie auch Texte der parlamentarischen Materialien der laufenden Gesetzgebungsperiode. Die Möglichkeit, einzelne Debattenbeiträge abzurufen, bis hin zur Abstimmung im Nationalrat, schafft für die modembestückten BürgerInnen eine Transparenz der parlamentarischen Prozeduren, die die Beschlußfassung der Bundesgesetze auf mehreren Ebenen inhaltlich nachvollziehbar macht. Ähnlich wie auf der Homepage vom *Weißen Haus* haben engagierte Net-UserInnen auch beim österreichischen Parlament die Möglichkeit, sich via E-Mail entweder direkt an den Präsidenten des Nationalrates

¹ Vgl. dazu: Frans de Bruine: Die strategische Bedeutung der Multimedia-Industrie für Inhalte. In: Marion Fugléwicz (Hgin.): das internet lesebuch. hintergründe. trends. perspektiven. Wien 1996, S. 138.

² MSSTUDY ist eine 17-Länder.Markterhebung, die 1994, gefördert von der Europäischen Kommission, durchgeführt wurde.

³ PARLAMENT, Beilage zur Wiener Zeitung. Nr. 33/Dez. 1996. S. 1.

⁴ Ebenda. S.1.

(heinz.fischer@parlinkom.gv.at) oder an die Parlamentsdirektion (service@parlinkom.gv.at) zu wenden. Wie groß das Interesse der Internet-Gemeinde am österreichischen Parlament ist, verdeutlicht die Besucherregistrierungszahl: Alleine am 25. November werden 20.500 Zugriffe gezählt.

Theoretisch kann jedes Mitglied des Nationalrates und des Bundesrates eine eigene E-Mail-Adresse ins Netz stellen. Die Mandatarin oder der Mandatar ist solcherart persönlich und direkt von den Wählerinnen und Wählern erreichbar. Allerdings machen von dieser Möglichkeit lediglich die Grünen und das Liberale Forum Gebrauch. Andere Mandatare können nicht persönlich via E-Mail kontaktiert werden.

Über den WWW-Server des Parlaments ist schließlich auch der Einstieg auf die Homepages der fünf parlamentarischen Klubs möglich. Den Klubs steht damit eine Plattform zur Verfügung, auf der sie ihre inhaltlichen Positionen im Prozeß der parlamentarischen Willensbildung dokumentieren und präsentieren können.

Im Gegensatz zum Parlament haben die fünf österreichischen Parlamentsparteien wesentlich früher die Auffahrt zur Datenautobahn genommen. Bereits 1994 präsentiert sich die ÖVP als erste Partei Österreichs im Internet. Im Sommer 1995 lädt die SPÖ in der Wiener Löwelstraße zum digitalen Stelldichein. Jeder Mensch, der Interesse am Internet hat, kann sich in der sozialdemokratischen Parteizentrale über die SPÖ im Netz informieren und kostenlos auf dem Datenhighway surfen. Wenige Tage später sind auch die Grünen im WWW vertreten. Mit einer 'zermatschten' Tomate als grafischen Opener machen sie auf sich und die Politik aufmerksam. Eine Woche vor der vorgezogenen Nationalratswahl 1995 gelingt es dem Liberalen Forum, sich im Internet darzustellen. Auf die Frage, warum die politischen Parteien in Österreich die Einbindung ins Netz forcieren, antwortet Paul Grießebner, Kultur- und Mediensprecher des Liberalen Forums: „*Die Wähler des Liberalen Forums erwarten von uns, daß wir als moderne politische Partei im Internet vertreten sind.*“⁵ Das Internet als neue mediale Agitationsoberfläche für die Politik? Die Aktivitäten der politischen Parteien rund um die Nationalratswahl vom 17. Dezember 1995 legen diesen Gedanken nahe. Nicht ohne Grund, wie die Ergebnisse meiner Umfrage⁶, die ich zwischen Dezember 1995 und April 1996 gemacht habe, beweisen. 936 österreichische Internet-UserInnen haben in diesem Zeitraum meinen Fragebogen ordnungsgemäß ausgefüllt. Immerhin 55 der UmfrageteilnehmerInnen geben an, daß die Selbstdarstellung der politischen Parteien im Internet Auswirkungen auf das Wahlverhalten bei der Nationalratswahl 1995 gehabt hat. Das sind fast 13 Prozent derjenigen, die sich im Internet über eine Partei informiert haben. Weitere Daten zur Umfrage werden im Abschnitt 5 zitiert.

Bei der Präsentation der Parteien kurz vor der Wahl 1995, fällt auf, daß die Selbstdarstellung der Parteien im Internet vor allem das Ziel verfolgt, Informationen über die Heads und das politische Programm der jeweiligen Partei ans 'digitalisierte Volk' zu bringen. Alle vier im Internet vertretenen Parteien (ÖVP; SPÖ; Grüne; LF) geben Aufschluß über ihr Parteiprogramm und über die Abgeordneten zum Nationalrat, respektive über die politischen Persönlichkeiten die zur Wahl stehen. Trotzdem gibt es unterschiedliche sprachliche, inhaltliche und grafische Zugangsweisen, die für die Partei und ihre Ideologie als Ganzes stehen. So kann in einer ersten Analyse die Präsentation der ÖVP⁷ als eine grafisch aufwendige, mit originellen Sidesteps wie etwa der *Mascherlsammlung* des Wolfgang Schüssel oder dem *Museum* bezeichnet werden. Der parteipolitische Inhalt konzentriert sich auf die Rede von Wolfgang Schüssel auf dem 30. Bundesparteitag der ÖVP, vom 22.4.1995. Vorgestellt werden Bundesparteiobmann, Generalsekretariat und Generalsekretär. Im virtuellen *Café* schließlich hat jedeR BesucherIn die Möglichkeit einen elektronischen Brief an das *Gästebuch* der ÖVP zu schreiben. Wie die Ergebnisse meiner Umfrage zeigen, honorieren 12,61 Prozent der befragten Internet-UserInnen die Selbstdarstellung der ÖVP⁸. Im Vergleich zu den anderen im Internet vertretenen Parlamentsparteien, kommt die Homepage der ÖVP am besten an.

Im Gegensatz zur ÖVP präsentiert sich die SPÖ geradezu schlicht in ihrer Grafik. Das Informationsangebot hingegen ist sehr breit angelegt. Von der Beschreibung der Wahlkandidaten, über das Parteiprogramm, der Aktivitäten der *Jungen Generation*, bis zur politischen Akademie der SPÖ und noch weit darüber hinaus. Mit der Aufforderung *Mitgestalten - Mitbestimmen* signalisiert die SPÖ den Wunsch nach Inputs aus der Bevölkerung. Im *Cyber-Poll* haben die digitalen Besucher die Möglichkeit, ihren Tip zur Wahrscheinlichkeit einer blau-schwarzen Koalition nach den Wahlen abzugeben. Beim *Wahlotto* wiederum kann ein Tip zur

5 Interview mit Paul Grießebner im Juni 1996 für die ORF-Sendung 'Politik und Cyberspace', der Radiobeitrag wurde im Herbst 1996 im Ö1- 'Matrix' ausgestrahlt.

6 <http://www.wu-wien.ac.at/usr/h84/h8405564/umfrage.html>

7 Die Analyse bezieht sich auf die Internet-Präsentation der einzelnen politischen Parteien während des Untersuchungszeitraums.

8 <http://www.wu-wien.ac.at/usr/h84/h8405564/umfrage.html>

Zusammensetzung des neuen Nationalrates deponiert werden. Zusätzlich werden die Adressen interessanter Newsgroups zur Verfügung gestellt, kann Wissenswertes zum Thema Info-Highway, online Bücher und das Projekt der digitalen Stadt Wien abgerufen werden. Ähnlich wie bei der ÖVP gibt es auch bei der SPÖ ein *Gästebuch* für die digitalen Besucher. Mit dem Setzen zahlreicher Links, die den Besucher durch den Hypertext führen, nutzt die SPÖ die Möglichkeiten des neuen Mediums Internet intensiver als alle anderen Parteien. Neben Information wird verstärkt auf Interaktion und Kommunikation gesetzt.

Mit der 'zermatschten' Tomate und einer relativ aggressiven Sprache heben sich die Grünen ganz deutlich von der grafischen und inhaltlichen Präsentation der anderen Parteien im Internet ab. Gleichzeitig weisen sie auf ein wichtige Möglichkeit des Mediums Internet hin, die Möglichkeit nach Transparenz. So heißt es: „*Wer ins Glashaus sieht, braucht nicht mit Tomaten zu werfen*“ Tatsächlich geben sie nicht nur der Präsentation der Grünen PolitikerInnen breiten Raum, sondern auch deren politischen Aktivitäten. Unter dem Hyperlink *Parlamentarische Aktivitäten* können die BesucherInnen in den politischen Aktionsradius der Grünen eintauchen. Es verwundert daher kaum, daß sich die Grünen schon seit längerer Zeit für einen Online-Betrieb des österreichischen Parlamentes einsetzen, der ja wie oben erwähnt, mit November 1996 Wirklichkeit wird. Der Umgang mit brisanten politischen Themen ist offen. Die Argumentationslinien der grünen PolitikerInnen nachvollziehbar und die Aufforderung für die digitalen BesucherInnen, am politischen Meinungsbildungsprozeß via Internet teilzunehmen unübersehbar. So sind die Grünen die einzige Partei im Internet, bei der jedeR Nationalratsabgeordnete via E-Mail erreichbar ist. Zu erwähnen ist noch die lustvolle Komponente der Grünen Präsentation. Im *Energiesteuerspiel* kann sich jedeR in Sachen Umwelt spielerisch üben. Warum die Grünen mehr als andere die digitalen BesucherInnen in den politischen Diskussionsprozeß involvieren, hat wohl mit ihrem Politikverständnis zu tun, aber auch mit dem Umstand, daß die Grünen schon eine vergleichbar lange Mail-Box-Erfahrung haben, und sich stets inhaltlich in sogenannten *Newsgroups* einbringen. Erwähnen möchte ich auch, daß Christoph Chorherr (Ex-Bundesgeschäftsführer der Grünen) im Rahmen der Wiener Wahlen 1996 als erster Politiker eine eigene CD-ROM über sich und die Grünen herausgegeben hat. Die optimale Nutzung der neuen Technologien ist bei den Grünen ein integraler Bestandteil ihrer Politik.

Das Liberale Forum hat den Einstieg ins digitale Medium knapp eine Woche vor der Wahl 1995 geschafft. Das ist wohl auch der Grund, warum die Präsentation knapp und auf das Wesentliche beschränkt bleibt. Auf der Homepage erscheint Heide Schmidt mit dem Parteilogo *L* und dem plakativen Zusatz: „*Heide Schmidt - Für eine glaubwürdige Politik*“. Die Präsentation im Internet ist konservativ, klar und hat die Grundsätze des Liberalen Forums zum Inhalt. Sie verzichtet auf grafische Finessen, aber auch auf die Einbindung der digitalen BesucherInnen. Die Möglichkeiten des neuen Mediums bleiben ungenutzt. Es verwundert daher kaum, daß nur 4,5 Prozent der befragten Internet-UserInnen von dieser Selbstdarstellung beeindruckt sind.⁹

Sie werden sich vielleicht fragen, warum von den Freiheitlichen bisher nicht die Rede war, hat diese Partei doch eine Wählerklientel von über einer Million ÖsterreicherInnen, stellt sie doch die drittstärkste Partei im österreichischen Parlament dar. Die Partei der Freiheitlichen oder die FPÖ (wie sie seit dem neuen Parteiprogramm wieder heißt) präsentiert sich erst seit Sommer 1996 im Internet. „*Aus pragmatischen Gründen und weil wir es besser machen wollten*“¹⁰, meint Peter Westenthaler, Generalsekretär der FPÖ in einem Interview. Einen weiteren Grund liefert meine Umfrage. Auf die Frage: „*Welche Partei haben Sie bei der Nationalratswahl 1994 gewählt?*“, geben 203 der UmfrageteilnehmerInnen das Liberale Forum an, gefolgt von den Grünen und der ÖVP. Bei der Wahl 1995 geht die ÖVP, gefolgt vom Liberalen Forum und den Grünen als Siegerin hervor. In beiden Fällen bildet die Partei der Freiheitlichen das Schlußlicht. Bei der Nationalratswahl 1995 geben 71 der UmfrageteilnehmerInnen, das sind 7,6 Prozent, an, die F gewählt zu haben.¹¹ Abgesehen vom Umstand, daß die FPÖ zu diesem Zeitpunkt noch nicht im Internet vertreten war, zeigt sich doch deutlich, daß die Sozialstruktur der Internet-UserInnen nicht dem WählerInnenpotential der FPÖ entspricht. Trotzdem ist die Vorstellung über die Möglichkeit des digitalen Mediums für die Politik umfassender als bei anderen

⁹ Ebenda.

¹⁰ Interview mit Peter Westenthaler im Juni 1996 für die ORF-Sendung „Politik und Cyberspace“. Die Sendung wurde im Herbst 1996, in der Sendeleiste 'Matrix' ausgestrahlt.

¹¹ <http://www.wu-wien.ac.at/usr/h84/h8405564/umfrage.html>

politischen Repräsentanten. „*In Zukunft ist eine Direktdemokratie via Internet durchaus anzustreben*“¹², meint Peter Westenthaler im Interview.

Werden Frau und Herr Österreicher schon bald von ihrem Computer aus die politischen Geschicke der Nation lenken?

Es gibt keine politische Repräsentantin und Repräsentanten in Österreich, die nicht in der einen oder anderen Form mit den direktdemokratischen Möglichkeiten des neuen Mediums kokettieren.¹³ Welche Nuancierungen sie in der Einschätzung des digitalen Mediums auch wählen, eines ist klar: Das neue Medium ist dabei, die Gesellschaft zu verändern. Auch Bundeskanzler Viktor Klima reiht sich in den Kanon ein, der über den revolutionären Charakter des digitalen Zeitalters spekuliert, wenn er in seiner Antrittsrede sagt: „*Neue Technologien - vor allem auch Informations- und Kommunikationstechnologien - verändern nicht nur die Wirtschaft und Arbeitswelt, sondern auch das Alltagsleben und die Politik.*“¹⁴

„*Die Politik hat das Internet entdeckt!*“¹⁵. Der wissenschaftliche Mitarbeiter der Donauuniversität Krems, Gianluca Wallisch, begründet seine Aussage mit den Vorgängen rund um den amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 1996: Damals „*lieferten hunderte Links im „Netz der Netze“ wesentliche politische Informationen online.*“ Aber auch die Europäische Union setzt im Zuge der europaweiten Informationskampagne auf das digitale Medium: „*Mit „Transparenz durch Information“, hofft man, Akzeptanzprobleme zu lösen.*“¹⁶

Die Chance des neuen Mediums liegt in der *gläsernen Politik*. Aber auch in der Möglichkeit nach politischer Partizipation mittels elektronischer Medien. Wie sehr diese Option genutzt wird, illustriert das *Minnesota E-Democracy Projekt*¹⁷. Gegründet wird das *Minnesota E-Democracy*, ein bürgerorientiertes Netz, anlässlich der Wahlen 1994. In diesem Pilotprojekt zur elektronischen Demokratie treten die PolitikerInnen in Minnesota erstmals über das Netz in direkten Kontakt zu den Bürgerinnen und Bürgern. 1996 begleitet das Online-Projekt den amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf mit Opinion-Polls zu den KandidatInnen, Interviews und Online-Diskussionen. Inzwischen ist ein europäischer Ableger in Großbritannien hinzugekommen, der die Unterhauswahlen im Frühjahr 1997 begleitet. Mittlerweile gibt es mehrere Dutzend unterschiedlicher Hyperdemocracy-Projekte im Internet. Allen gemeinsam ist die politische Spekulation „*to fill the gap between reality and politics brought about by representative democracy to better reflect public opinion in the political process through direct democracy in information age*“, wie es das „Teledemocracy-Forum“ in Seoul formuliert. Der Weg ist „*the creative use of electronic media in all forms that directly empower citizens to have meaningful input into the political system*“¹⁸, lautet es auf der Homepage von Teledemocracy Action News Network. TANN ist eine Initiative des Instituts für Politikwissenschaft an der Auburn Universität in Alabama. Die zentralen Potentiale des Mediums Internet liegen auf den ersten Blick

- in der Transparenz der Arbeit politischer Eliten
- in der umfassenden Information über die politischen Belange
- in der direkten Kommunikation der Bürgerin/des Bürgers mit den politischen Repräsentanten

Ob und in welchem Ausmaß diese Möglichkeiten genutzt werden, das ist der inhaltliche Gegenstand meiner Untersuchung.

Meine Hypothese zum Thema ‘Politisches Handeln im Internet’ lautet: **Das digitale Medium verändert die österreichische Gesellschaft in Richtung dynamisch-partizipatorischer Demokratie.** Zunächst sollen einige Überlegungen zu den demokratietheoretischen Implikationen des Begriffes ‘partizipatorischer Demokratie’ dargelegt werden.

¹² Interview mit Peter Westenthaler im Juni 1996 für die ORF-Sendung „Politik und Cyberspace“. Die Sendung wurde im Herbst 1996, in der Sendeleiste ‘Matrix’ ausgestrahlt.

¹³ Zusammengefaßt werden die diskursiven Möglichkeiten des neuen Mediums besonders hervorgehoben, die Scout-Funktion (eine Art Polit-Barometer für die politischen Bedürfnisse, die von der Bevölkerung via E-Mail kommuniziert werden), die das Internet erfüllen könnte, bis hin zur Möglichkeit nach relativ billiger Wahl-Werbung (im Vergleich zu Fernsehspots, Plakaten oder Földern).

¹⁴ Nachzulesen unter: <http://www.parlinkom.gv.at>

¹⁵ Gianluca Wallisch: Demokratie via Internet? Gastkommentar in: PARLAMENT, Beilage zur Wiener Zeitung. Nr. 33/Dez. 1996. S. 3.

¹⁶ Ebenda. S. 3.

¹⁷ Minnesota Electronic-Democracy. Nähere Informationen zu diesem Projekt können im Kapitel 7 „Eine politische Theorie der Neuen Medien“ nachgelesen werden.

¹⁸ <http://www.auburn.edu/tann>

3. PARTIZIPATORISCHE DEMOKRATIETHEORIE

Im Zentrum der partizipatorischen Demokratietheorie nach Benjamin Barber steht die Bürgerin/der Bürger. Bürger sollen gemeinsam regieren. Bürger sollen die Fähigkeit entwickeln, individuelle Interessen in Interessen der Gemeinschaft zu transformieren, indem sie aus individuellen Bedürfnissen gemeinsam öffentliche Güter schaffen.¹⁹ Ähnlich wie etwa Jürgen Habermas, sieht auch Benjamin Barber in den politischen Prozeduren den Angelpunkt für das Funktionieren einer dynamischen partizipatorischen Demokratie. Zwei Bereichen kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Dem Sprechen und dem Handeln. Das Ziel des Sprechens liegt in der Schaffung von Gemeinschaft und der Schaffung öffentlicher Interessen in der Gestalt von gemeinsamen Gütern.²⁰ Die zweite Ebene der Durchsetzung 'starkdemokratischer' Politik ist die Ebene des Handelns.²¹ Beginnend bei den Nachbarschaftsversammlungen als lokale gesetzgebende Versammlungen bis hin zu Fernseh-Bürgerversammlungen. Dabei gilt: Information für alle und Zugang zur Beteiligung für alle. In diesem Zusammenhang spricht Benjamin Barber auch von einer *Civic Communication Cooperative*²², die für flächendeckende Information und für den technischen Zugang an Meinungsbildungs- und Abstimmungsverfahren sorgen soll. Mehr als andere AutorInnen sieht Barber in seinem 'starkdemokratischen' Demokratiekonzept die digitale Partizipation vor. So soll bei einzelnen Subfragen jeweils elektronisch abgestimmt werden. Während die letztgültige Wahl/Stimmabgabe an einem öffentlichen Ort stattfinden muß.²³

3.1. Partizipatorische Demokratie im Lichte der neuen Medien

BürgerInnen sollen die Fähigkeit entwickeln, gemeinsam zu regieren. Die Gemeinschaft, in dem der 'Wir-Denkstil' entwickelt werden soll, ist gleichsam die Voraussetzung der partizipatorischen Demokratie. Ist das Internet ein geeigneter Platz, um eine Gemeinschaft entstehen zu lassen? Um die 'Politikfähigkeit' des Mediums Internet im starkdemokratischen Demokratiekonzept bewerten zu können, müssen zwei Fragen beantwortet werden:

1. *Wie verläuft die Kommunikation im Internet?*
2. *Kann im Medium Internet ein gemeinschaftliches 'Wir' entstehen?*

ad 1) „Jeder Akt der Kommunikation benötigt“, so der Linguist Roman Jakobson, „einen Sender, einen Empfänger und eine Botschaft. Die Botschaft fährt durch viele Medien vom Sender zum Empfänger.“²⁴ Die technischen Möglichkeiten der computerunterstützten Kommunikation (kurz: CMC), kann synchron oder asynchron erfolgen, als Monolog, Dialog oder Diskussion angelegt sein. CMC kann im Rahmen eines festgelegten Zeitraumes erfolgen oder unbegrenzt lang zugänglich sein. Unmoderierte Diskussionslisten oder Newsgroups bieten allen BesucherInnen und Besuchern die Möglichkeit der gleichberechtigten Teilnahme. Moderierte Diskussionslisten u.ä. selektieren nach individuell angelegten Kriterien. Die BesucherInnen müssen sich persönlich ausweisen oder können anonym bleiben. Die Kommunikationsbeiträge können in einer speziellen Liste zugänglich sein oder an theoretisch unendlich viele Gruppen verschickt werden. All die beschriebenen Möglichkeiten bestimmen die CMC. Sie machen sie, wie die Sprach- und Kommunikationsforscher Gary Shank und Donald Cunningham meinen, „zu einer besonderen Kommunikation, die mit den gegenwärtigen linguistischen Modellen (Monolog/Dialog/Diskussion) nur unzureichend beschrieben wird.“²⁵

Shank und Cunningham meinen daher, daß die CMC dem Gespräch im allgemeinen entspricht und ein neues Set an Gesprächsmodellen erfordert. Nachdem es ein geschriebenes Gespräch ist, kann die Stärke jeder Kommunikationsform genutzt werden. Das „Gefühl“ der Internet-Kommunikation bezeichnen Gary Shank und Donald Cunningham als „oral“ oder „multiloguing“. Um dieses System zu verstehen, reicht die

¹⁹ Vgl. dazu: Benjamin Barber: *Starke Demokratie*. Hamburg 1994. S. 146ff.

²⁰ Ebenda. S. 168ff.

²¹ Ebenda. S. 233ff.

²² Ebenda. S. 252f.

²³ Ebenda. S. 270.

²⁴ Roman Jakobson: *Main Trends in the Science of Language*. New York. 1970, S.33ff.

²⁵ Gary Shank/ Donald Cunningham: *Mediated Phosphor Dots: Toward a Post-Cartesian Model of Computer-Mediated Communication via the Semiotic Superhighway*. In: Charles ESS: *Philosophical Perspective in Computer-Mediated Communication*. New York 1969, S. 27ff.

Informationstheorie von Claude Shannon und Warren Weaver²⁶ nicht aus. Bei der CMC ist der Empfänger in den Kommunikationsprozeß involviert und die Phosphor-Zeichen („*phosphor dots*“) und die Wörter, die durch sie geformt werden, hören auf für sich interessant zu sein, aber sie treten in einem umfassenden semiotischen System hervor, wo die/der TeilnehmerIn eine Schlüsselkomponente spielt, aber sicher nicht die einzige. Diese Annäherung sieht im Begriff der Internet-Kommunikation einen großen und komplexen semiotischen Akt des Gesprächs.²⁷

Nachdem sinnliche Parameter (wie Modulation, Gestik, Mimik) fehlen, basiert die Internet-Kommunikation auf der Interpretation der Zeichen. Diese wiederum stehen im engen inhaltlichen Zusammenhang mit unserem Alltag: „*Ein Zeichen ist*“, nach dem Philosophen Charles S. Peirce, „*etwas, daß zu jemanden für etwas mit großem Inhalt und in großer Beziehung steht.*“ In Peirce Interpretation steht das Zeichen für das Objekt, indem ein Interpret geschaffen wird, der seinerseits für viele Aspekte des originalen Objektes steht. Der Interpret steht also für das Objekt, ist es aber nicht. So werden unsere Erfahrungen mit der Welt mit Hilfe von Zeichen vermittelt, die niemals mit den Objekten der Welt gleichgestellt - ident - sind. Die Verwendung von Zeichen ist ein zentraler Bestandteil der CMC-Kommunikation. Symbole wie Smileys stehen für emotionelle Befindlichkeiten. Indizes helfen den Kontext klarer und schneller zuzuordnen. Icons visualisieren Relationen. Unterschiedliche Interpretationen vom gleichen Objekt sind nicht nur möglich, sondern ein konsequentes Produkt der Zeichenwelt. Zeichen können beides sein, das Produkt aus und eine zukünftige Quelle einer Schlußfolgerung.

Aus der Perspektive der semiotischen Theorie sind Zeichen, Ableitungen, Bedeutungen und unser Verständnis von Wirklichkeit voneinander abhängig. Sie finden ihren Ausdruck in der Sprache, die uns das Kommunizieren ermöglicht.

Das Internet ist Kommunikation. Die Semiosis ist die Bedeutung. Es hängt also alles von der Schlußfolgerung, von der Interpretation des Interpreten ab. Shank und Cunningham meinen, daß sich die Konversation im Internet weiterhin nichtlinear und weniger hierarchisch gestalten wird. Die geschriebenen Gespräche/Diskussionen sind eher umfassend als ausschließend: „*The first thing that an abductive multiloguing perspective predicts is, that conversation in the virtual community will continue to be more and more non-linear and less hierarchical. First of all, discussions are inclusive rather than exclusive. Credentials are not checked at the door of most discussion lists, and so persons with varying interests are allowed to listen and participate.*“ *Therefore, rather than retreating into more and more specialised discussions, we can reasonable expect a topic to expand into wider and wider content realms, as people with different areas of primary expertise bring that expertise and its insights to bear in the discussion at hand.*“²⁸ Die Kommunikationsstruktur der Hacker in der Frühzeit beschreiben die Autoren mit „*egalitarian atmosphere, since there is no „teacher“ or primary „discussant“ either to lecture or to lead an orchestrate the discussion.*“²⁹

Die CMC als umfassende Kommunikationsform führt zu überaus interessanten Resultaten wie die amerikanische Sozialpsychologin Sara Kiesler in einer Studie beweist³⁰: Sara Kiesler untersucht, wie E-Mail-Systeme in das Funktionieren von Organisationen eingreifen. Sie kommt zum Ergebnis, daß „die computervermittelte Kommunikation hierarchische Barrieren und Grenzen zwischen Abteilungen durchbrechen und gewohnte Vorgehensweisen und organisatorische Normen überwinden kann.“³¹ Menschen, die im realen Leben aufgrund ihres Ranges oder ihres aggressiven Verhaltens oft dominieren, treten in einer Online-Konferenz nicht stärker in Erscheinung als diejenigen, die in realen Diskussionen wenig oder gar nichts sagen, online hingegen viel beitragen. Die CMC bietet den BesucherInnen einen gleichberechtigten Zugang zur Diskussion. Meinungen werden eingebracht, die Kommunikation erfolgt

26 Vgl. dazu: Warren Weaver/Claude E. Shannon: Die mathematischen Grundlagen der Informationstheorie. Oldenbourg 1976. Hier steht der Empfänger außerhalb des Prozesses, gleichsam als cartesianischer Beobachter, und ist im Fluß der Informationen in der Lage frei zu agieren und zu interagieren, während er sich als „*outstanding agent*“ einen hohen Prozentsatz an Kontrolle bewahrt.

27 Vgl. dazu Roman Jakobson 1970; Thomas A. Sebeok: Contributions to the Doctrine of Signs. Lisse. Holland. 1976. John Deely: Introducing Semiotic. Bloomington. Indiana 1982

28 Gary Shank/ Donald Cunningham: Mediated Phosphor Dots: Toward a Post-Cartesian Model of Computer-Mediated Communication via the Semiotic Superhighway. In: Charles ESS: Philosophical Perspective in Computer-Mediated Communication. New York 1969. S. 37.

29 Ebenda. S. 37.

30 Vgl. dazu: Sara Kiesler/Jane Siegel/Timothy Mc Guire: Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication. American Psychologist 39, Nr. 10 /Oktober 1984. S. 1123-1134.

31 Ebenda. S. 1134.

diskursiv und birgt in jedem Falle die Chance auf eingehende Überlegung. Der Diskussionsinhalt ist jederzeit verfügbar, was zur Nachvollziehbarkeit der Argumentationslinien führt.

Ad 2) ForscherInnen des *cues-filtered-out* Denkansatzes³² meinen, daß bei der computergestützten Kommunikation der Computer den Haupteinfluß auf das kommunikative Resultat hat. Daher sprechen Teile der ExpertInnen von Computerdeterminismus. In dieser Interpretation vermittelt der Computer keine oder nur eine geringe soziale Gegenwart. Den InterakteurInnen fehlt die Möglichkeit sich an hervorstechenden sozialen Stichwörtern, an nonverbalen Signalen zu orientieren. Eine Konsequenz dieser gesteigerten Anonymität ist, daß sich die Interaktion sowohl quantitativ als auch qualitativ auf einer gleichberechtigten Ebene vollzieht: Die Interakteure genießen eine größere Anonymität, weil ihr Geschlecht, ihr Rang, ihre physische Erscheinung und andere Zeichen der öffentlichen Identität nicht sichtbar sind. Einige ForscherInnen³³ meinen, daß die Computerverständigung aufgrund dieser Balance es den Leuten schwer macht, ihre Blickpunkte anderen Leuten aufzudrängen. Diese *Gleichheit* wird als Vorteil der CMC gewertet. Ein Vorteil für Frauen und für politische Minderheiten (Randgruppen), die ihren Standpunkten solcherart ein gleichberechtigtes Gehör verleihen können.

Andererseits dauert es infolge der gleichberechtigten Teilnahme an CMC länger, um ein Resultat zu erzielen. Schließlich verschlechtert sich durch die Anonymität und das Fehlen von gefühlsmäßiger Information das soziale Klima. Die Normen der Interaktion werden aufgeweicht. Das Resultat sind Anspielungen, Denunziationen und schriftliche Attacken, kurz Flaming genannt.³⁴ Aufgrund dieser Auswirkung kommt etwa Baron zum Schluß: „*Computer-mediated communication - at least as currently used - is ill-suited for such social uses of language.*“³⁵

Daß Flaming auch ein Ausdruck distanzierter Freundschaft sein kann und nicht entstehen muß, weist Nancy K. Baym in ihrer Forschungsarbeit nach.³⁶ Baym untersucht zwei Jahre lang eine Usenet-Newsgroup namens 'rec.arts.tv.soaps'³⁷, kurz r.a.t.s. genannt. Auffällig ist, daß sich bei r.a.t.s. im Zuge der inhaltlichen Auseinandersetzung mit Seifenopern, persönliche Standpunkte herauskristallisieren, die in gesellschafts-politischen Diskussionen rund um Frau, Familie, Herrschaft, Unterdrückung, Gewalt etc. münden. Hinzu kommt die Kreation gruppenspezifischer Sprachkürzel (Akronyme) und der Gebrauch von emotiven Zeichen (Smileys etc), die von der ganzen Gruppe übernommen werden. Eigene Normen (no-flaming-norm) und Konventionen regeln und sichern die soziale Interaktion. So werden beispielsweise Textbeiträge im verletzenden Sprachstil umgehend gelöscht. Die r.a.t.s. TeilnehmerInnen helfen einander in echten Notsituationen via Computer und treffen einander auch in der Wirklichkeit. Nancy K. Baym kann mit ihrer Forschungsarbeit nachweisen, daß *die kommunikative Praxis genügt, um eine Gemeinschaft zu entwickeln*.

Abschließend kann konstatiert werden, daß das neue Medium Internet im mehrfachen Weise den kognitiven, aber auch emotiven Anforderungen der partizipatorischen Demokratiekonzeption nach Benjamin Barber in der Theorie gerecht wird:

1. *in bezug auf die allgemeine und gleiche Informationsbeschaffung*
2. *in bezug auf die allgemeine und gleiche Teilnahme an der Kommunikation*
3. *in bezug auf die Möglichkeit in Form eines wenig hierarchisch geführten und eher Meinungen einschließenden Diskurses vom persönlichen Interesse (Ich-Denkstil) zum öffentlichen Interesse (Wir-Denkstil) zu gelangen.*

Die Vorzüge der computervermittelten Interaktion können natürlich erst dann gesellschaftsrelevant greifen, wenn der Zugang für alle geschaffen ist, wenn relevante Information tatsächlich im Medium plaziert wird und wenn die technischen Möglichkeiten nach Partizipation umfassend installiert sind. Daß dem leider nicht

³² Der cues-filtered-out Ansatz geht davon aus, daß die Möglichkeit einer offenen Neufindung des Selbst gegeben ist. Die Ideen eines unproblematischen identity-switching sind in eine Rhetorik der Selbsterschaffung und Selbstfindung eingelagert, die auf der Annahme eines voluntaristischen Subjekts basiert, d.h. eines Subjekts, das die Bedingung seiner eigenen Möglichkeit setzt und definiert. Insgesamt meint dieser Ansatz Subjekte ohne Prädikate. Frei nach dem Motto: im elektronischen Raum können wir uns unsere Identität aussuchen.

³³ Vgl. dazu: J.B. Walther: Interpersonal effects in computer-mediated interaction. *Communication Research*, 19(1). 1992. S. 50-88. N.S. Baron: Computer mediated communication as a force in language change. *Visible Language*, 18(2) 1984. S. 118-141.

³⁴ Vgl. dazu: N. S. Baron: Computer mediated communication as a force in language change. *Visible Language*, 18(2) 1984. S. 118-141.

³⁵ Ebenda. S. 136.

³⁶ Nancy K. Baym: The Emergence of Community in Computer-Mediated Communication. S.138ff. In: Steven G. Jones: *CyberSociety. Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks/London/New Delhi 1995.

so ist, beweist einmal mehr meine Umfrage. Wie aber nutzen und bewerten diejenigen Menschen, die einen Zugang zum Internet haben, die partizipatorischen Möglichkeiten im digitalen Medium?

4. METHODISCHE HERANGEHENSWEISE UND PROBLEMSTELLUNG

Zum Zeitpunkt der Internet-Umfrage hatten rund 70.000 österreichische Haushalte einen Zugang zum Netz.³⁸ Wieviele österreichische UserInnen tatsächlich auf dem Datenhighway surfen, darüber herrscht auch bei Fachleuten Uneinigkeit. Als Richtgröße werden im Frühjahr 1996 rund 200.000 inländische SurferInnen angegeben.³⁹ Da Grundlagenforschung bis heute zumindest für den österreichischen Raum aussteht, habe ich eine Stichprobenerhebung zugunsten einer quantitativen Umfrage verworfen. Meine Intention war, möglichst viele Internet-UserInnen zu erreichen. Zehn inländische Provider und fünf Institutionen haben auf meine Internet-Umfrage mittels Hyperlinks auf ihrer Homepage hingewiesen. Bis Ende April 1996 haben 936 Internet-UserInnen meinen Fragebogen ordnungsgemäß ausgefüllt. Wobei nur vollständig und richtig ausgefüllte Fragebögen auf meinen Speicherplatz elektronisch abgeschickt werden konnten. Die Angaben von 936 Personen bilden die Grundlage meiner empirischen Auswertung. Im wesentlichen sind es vier Bereiche, die die Umfrage abdeckt:

1. *soziodemographische Daten*
2. *den Umgang mit dem neuen Medium (Häufigkeit, Zufriedenheit, Motive)*
3. *die Bedeutung des neuen Mediums in bezug auf politisches Interesse und politische Partizipation*
4. *die Bedeutung des neuen Mediums in bezug auf die gesellschaftspolitische Zukunft*

Wichtig für die Interpretation der Ergebnisse im Hinblick auf die politischen Parteien in Österreich ist, daß sich die Antworten der befragten Internet-UserInnen auf die Präsentationen der politischen Parteien in diesem Zeitraum beziehen.

5. ERGEBNISSE DER UMFRAGE 'POLITIK & CYBERSPACE'

Im Anfangskapitel des Buches 'Total-digital' meint der amerikanische Kommunikationsforscher Nicholas Negroponte zur digitalen Zukunft: „Manche Beobachter dieser Entwicklung äußern sich besorgt über die soziale Kluft zwischen den Informationsreichen und den Informationsarmen, den Begüterten und den Habenichtsen, der Ersten und der Dritten Welt. Aber die eigentliche Kluft entsteht zwischen den Generationen.“⁴⁰ Die quantitativen Ergebnisse meiner Internet-Umfrage bestätigen die genannten sozialen Szenarien.

5.1. Soziodemographische Daten.

5.1.1. Internet ist eine Domäne der Männer:

Die wahre Kluft besteht zwischen den Geschlechtern. Von 936 UmfrageteilnehmerInnen sind nur 89 weiblich.

GESCHLECHT	Prozent	Anzahl
männlich	90,5 %	847
weiblich	9,5 %	89

Tabelle 1: Geschlecht der befragten Internet-UserInnen

5.1.2. Die österreichische Internet-Gemeinde ist vergleichsweise jung:

Drei von vier Internet-UserInnen sind zwischen 21 und 40 Jahre alt.

ALTER	Prozent	Anzahl
unter 18	3 %	28
18 bis 20	7,8 %	73
21 bis 25	25,9 %	242
26 bis 30	23,7 %	222

³⁷ Vgl. dazu: <http://www.usc.edu/dept/annenber/vol1/issue2/baym.html>

³⁸ Michael Winkler: Internet-User. Das unbekannte Wesen. In: Achim Zechner/Gudula Feichtiger/Eckart Holzinger: Handbuch Internet. Wien 1996. S. 126. Laut IDC (International Data Corporation) Studie haben knapp drei Prozent der österreichischen Haushalte, das sind rund 70.000, einen Internet-Zugang.

³⁹ laut einer IMAS-Studie aus dem Jahre 1994 verfügen 15 Prozent der österreichischen Haushalte über einen eigenen PC. Rund ein Drittel der privaten Computer-BenützerInnen hat auch E-mail-Erfahrung. Bei der IFABO 1996 wird eine Richtgröße von 56.000 österreichischen Haushalten mit Internet-Anschluß angegeben. Experten und Expertinnen gehen davon aus, daß auf einen Internet-Anschluß rund drei UserInnen entfallen. Im Frühjahr 1996 sind es rund 200.000 inländische SurferInnen. Gegenwärtig liegt die Zahl der heimischen Internet-UserInnen bei ca. 500.000 (laut einer Schätzung des Gallup-Instituts).

⁴⁰ Nicholas Negroponte: Total digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. C. Bertelsmann Verlag GmbH, München 1995, S. 12.

31 bis 40	25,8 %	241
41 bis 50	10 %	94
51 bis 60	3,4 %	32
61 und darüber	0,4 %	4

Tabelle 2: Alter der befragten Internet-UserInnen

5.1.3. Internet wird vor allem von Singles genutzt:

Über zwei Drittel der befragten Internet-UserInnen sind ledig.

FAMILIENSTAND	Prozent	Anzahl
ledig	67,7 %	634
verheiratet	27,9 %	261
geschieden	4,1 %	38
verwitwet	0,3 %	3

Tabelle 3: Familienstand der befragten Internet-UserInnen

5.1.4. Internet ist eine Sache für höher Qualifizierte:

Fast 80 Prozent der NetzteilnehmerInnen haben Matura.

AUSBILDUNG	Prozent	Anzahl
Grundschule	3,2 %	30
Lehre	7,4 %	69
mittlere Schule ohne Matura	9,5 %	89
Matura	52,4 %	491
Hochschulausbildung	27,5 %	257

Tabelle 4: Höchste abgeschlossene Ausbildung der befragten Internet-UserInnen

5.1.5. Internet wird von Personen mit höherem beruflichen Sozialprestige benutzt:

Nur 40 der 936 befragten Internet-UserInnen geben an, Hausfrau/mann, ArbeitsloseR, ArbeiterIn, LandwirtIn oder PensionistIn zu sein. Das sind lediglich 4,3 Prozent.

BERUF	Prozent	Anzahl
noch in Ausbildung	34,7 %	325
derzeit arbeitslos	1,1 %	10
Hausfrau/mann	0,2 %	2
AbeiterIn	2,1 %	20
AngestellteR	30,8 %	288
öffentlich BediensteteR	13,6 %	127
SelbständigeR	16,7 %	156
LandwirtIn	0,1 %	1
PensionistIn	0,7 %	7

Tabelle 5: Beruf der befragten Internet-UserInnen

5.1.6. Internet bleibt den mittleren und höheren Einkommensschichten vorbehalten:

Fast 45 Prozent der befragten Internet-UserInnen verdienen derzeit über 25.000 Schilling brutto im Monat.

EINKOMMEN	Prozent	Anzahl
derzeit kein Einkommen	18,7 %	175
unter 7.500 Schilling	11,5 %	108
7.501 bis 10.000	4,4 %	41
10.001 bis 15.000	5,0 %	47
15.001 bis 20.000	8,4 %	79
20.001 bis 25.000	7,1 %	66
25.001 bis 30.000	11,7 %	109
30.001 bis 35.000	8,4 %	79
35.001 bis 40.000	7,7 %	72
40.001 bis 50.000	7,1 %	66
50.001 bis 60.000	3,9 %	37
60.001 bis 70.000	1,9 %	18
70.001 und mehr	4,2 %	39

Tabelle 6: Einkommen der befragten Internet-UserInnen:

Der Durchschnittstyp der österreichischen 'Net-Society' ist männlich, 31 Jahre alt, ledig, hat eine abgeschlossene Matura und verdient im Monat rund 23.000,-- Schilling brutto. Signifikant ist die Kluft der Generationen, was den Zugang zum digitalen Medium Internet betrifft. Die Gruppe der unter 18jährigen wie die der über 51jährigen ist deutlich unterrepräsentiert. Insgesamt nimmt etwa ein Drittel der unter dem

Existenzminimum lebenden Österreichern am Netz teil. Arm und reich haben scheinbar einen gleichen Zugang zum Netz. Das Gegenteil ist der Fall. Wie aus der oben angeführten Berufsauflistung ersichtlich, sind Hausfrauen/männer, ArbeiterInnen, Pensionisten/Innen nur selten im Netz vertreten. Vielmehr zählen zu der 'armen' Netz-Klientel vor allem 'in Ausbildung befindliche Personen', die über Schulen und Universitäten einen kostenlosen Zugang zum Netz haben.

5.2. Umgang und Zufriedenheit mit dem digitalen Medium

„Die Datensphäre oder der 'Medienkosmos' ist das neue Betätigungsfeld für menschliche Interaktion, wirtschaftliche Expansion und für soziale und politische Machenschaften“⁴¹, schreibt der amerikanische Kommunikationsexperte Douglas Rushkoff in seinem Buch 'media virus'. Das Internet gilt in zahlreichen Wissenschaftskreisen als ultimative Informations- und Kommunikationsquelle, als kultureller Bestandteil unserer Zivilisation. Gilt das auch für Österreich? Wie ist das Nutzungsprofil der inländischen Internet-UserInnen?

5.2.1. Ein Fünftel der Internet-UserInnen nutzt das Internet mehrere Stunden täglich:

Auf die Frage „*Wie häufig benutzen Sie die digitalen Kommunikationsmedien (Internet,..)?*“, antworten 402 Internet-UserInnen mit „mehrmals in der Woche“.

Lediglich 19 Prozent der 936 UmfrageteilnehmerInnen benutzen das Internet „mehrere Stunden täglich“. Insgesamt wird das digitale Medium von männlichen Usern etwas häufiger und länger benutzt als von weiblichen Userinnen. Während rund 45 Prozent der männlichen Internet-User das digitale Medium eine oder mehrere Stunden täglich benutzen, sind es lediglich 35 Prozent Frauen, die eine oder mehrere Stunden täglich im Netz verbringen.

5.2.2. Internet erfüllt das Bedürfnis nach Information:

Bei der Frage: „*Welche Bedürfnisse erfüllt Ihnen das digitale Medium?*“, herrscht bei über 90 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen Einigkeit: Das Internet erfüllt vor allem das Bedürfnis nach Information. Rund 36 Prozent stillen ihr Bedürfnis nach Spiel und Zerstreuung, gefolgt von 32,6 Prozent Kommunikation. Wobei die männlichen Umfrageteilnehmer diese zwei Optionen öfter nutzen als die weiblichen. Lediglich 168 Internet-UserInnen erfüllen ihr Bedürfnis nach Diskussion. Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich.

5.2.3. Internet dient dem Informationsaustausch mit anderen Internet-Usern:

Auf die Frage: „*Welche digitalen Informationsangebote nutzen Sie besonders häufig im Internet?*“, antworten 62,7 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen mit „andere Internet-User“. Zu weiteren Informationsressourcen gehören Zeitungen, Bibliotheken aber auch Firmen. Nur rund ein Fünftel der UmfrageteilnehmerInnen nutzt die Informationsangebote der politischen Parteien. Diese Informationsressource bildet insgesamt das Schlußlicht. Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich.

5.2.4. Die Erfahrungen mit anderen Internet-UserInnen sind eher positiv:

Auf die Frage: „*Welche Erfahrungen haben Sie im Internet mit anderen Internet-Usern gemacht?*“, antworten über 77 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen mit „überwiegend oder ausschließlich positive“. Das heißt, sie fühlen sich weder vom Sprachgebrauch noch vom Inhalt der Botschaften belästigt. Ein Fünftel der männlichen und ein Viertel der weiblichen UmfrageteilnehmerInnen hat keinerlei Erfahrungen mit anderen Internet-UserInnen gemacht. Auch hier bestätigt sich der Trend, daß Männer tendenziell häufiger mit anderen Internet-UserInnen in Kontakt treten, als dies Frauen tun. Lediglich 10 der 936 UmfrageteilnehmerInnen haben „überwiegend oder ausschließlich negative“ Erfahrungen mit anderen UserInnen gemacht.

Das Internet als medialer Bestandteil unserer Informationsgesellschaft steckt in Österreich noch in seinen kulturellen Anfängen. Obwohl die Erfahrungen mit dem Medium durchwegs gut bewertet werden und das Bedürfnis nach Information in überwältigender Weise gestillt wird, bleibt die Nutzungsquote eher niedrig. 58

⁴¹ Douglas Rushkoff: media virus. Die geheimen Verführungen in der Multi-Media-Welt. Frankfurt am Main 1995. S. 8.

Prozent der UmfrageteilnehmerInnen betätigt das Internet lediglich „mehrmals die Woche“, „bis zu 5 mal im Monat“ oder „fast nie“.

5.3. Bedeutung des neuen Mediums in bezug auf das politische Interesse und die politische Partizipation

„Die politische Bedeutung von computervermittelter Kommunikation besteht in der Möglichkeit, das Monopol der politischen Hierarchie über leistungsfähige Kommunikationsmedien zu durchbrechen und dadurch die von den Bürgern ausgehende Demokratie wieder neu zu beleben“⁴², konstatiert Howard Rheingold, Autor und technischer Berater des US-Kongresses. Tatsächlich legen die Möglichkeiten des digitalen Mediums die Überlegung, daß das Internet die Netz-TeilnehmerInnen zu verstärkter politischer Beteiligung motiviert, nahe. Stimmt diese Annahme? In welchem Umfang leben die Netz-TeilnehmerInnen das Interesse nach politischer Information aus? Nutzen die Netz-TeilnehmerInnen die Möglichkeit, sich am politischen Diskurs aktiv zu beteiligen?

5.3.1. Internet dient den Internet-UserInnen, um sich politisch zu informieren:

Rund 60 Prozent der UserInnen informieren sich im Internet über politische und gesellschaftliche Gruppierungen. Über 40 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen verzichten auf die Möglichkeit sich via Internet politisch zu informieren. Augenfällig ist, daß jene, die die Möglichkeit von Information nutzen, dies vor allem bei politischen Parteien (abgesehen von der FPÖ, die erst ab Sommer 1996 im Internet vertreten ist) und bei Umweltorganisationen tun, während andere gesellschaftspolitische Gruppen kaum frequentiert werden. Das kann daran liegen, daß die politischen Parteien im größeren Stile die Möglichkeit einer eigenen Homepage nutzen, als dies beispielsweise Bürgerinitiativen tun. Das liegt aber wohl auch daran, daß in Österreich Politik eher parteipolitisch wahrgenommen wird.

UmfrageteilnehmerInnen: 936 (Personen, die die erste Antwortalternative nicht ausgefüllt haben, konnten Mehrfachantworten geben)

ich habe von dieser Möglichkeit noch keinen Gebrauch gemacht	41,6 %
SPÖ	35,2 %
ÖVP	38,9 %
Freiheitliche	5,9 %
Grüne	29,9 %
Liberales Forum	24,0 %
Umweltorganisationen (Greenpeace, Global 2000 usw.)	24,7 %
diverse Bürgerinitiativen	5,5 %
Frauenvereine	5,8 %
Vereine von politischen Minderheiten	6,1 %
Dritte-Welt-Initiativen	5,2 %
andere	22,0 %

Tabelle 7: „Haben Sie die Möglichkeit sich über eine politische oder gesellschaftliche Gruppierung via Internet zu informieren, schon genutzt? Über welche Gruppierung haben Sie sich via Internet informiert?“

5.3.2. Internet dient den UserInnen im geringen Ausmaß zur gezielten Suche nach politischer Information:

Lediglich 38 Prozent der Internet-UserInnen haben sich anlässlich der Nationalratswahl 1995 über die politischen Parteien auch mittels Internet informiert. Am häufigsten wurde die Homepage der ÖVP konsultiert. Das kann auch damit zusammenhängen, daß die ÖVP als erste im österreichischen Parlament vertretene Partei die Auffahrt auf die Datenautobahn im Jahre 1994 geschafft hat.

UmfrageteilnehmerInnen: 936 (Personen, die die erste Antwortalternative nicht ausgefüllt haben, konnten Mehrfachantworten geben)

ich habe mich nicht informiert	62,2 %
SPÖ	28,5 %
ÖVP	31,2 %
Freiheitliche	5,2 %
Grüne	24,2 %
Liberales Forum	18,7 %
andere	4,5 %

Tabelle 8: „Haben Sie sich vor der Nationalratswahl 1995 über die politischen Parteien via Internet informiert? Über welche Partei?“

⁴² Howard Rheingold: Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn/Paris. Addison Wesley. 1994. S. 26.

5.3.3. Lediglich eine Minderheit der UserInnen nutzt im Internet die Möglichkeit der politischen Kommunikation.

Nur 13 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen, die sich über eine politische Partei im Internet informiert haben, nutzen die kommunikative Möglichkeit des digitalen Mediums, indem sie ihre Meinung via E-mail kundtun.

UmfrageteilnehmerInnen: 936

	Prozent
ich habe mich nicht informiert	51,9 %
ja	13,2 %
nein	34,9 %

Tabelle 9: „Haben Sie von der Möglichkeit, Ihre Meinung zu dieser Partei zu deponieren, Gebrauch gemacht?“

5.3.4. Die Mehrheit der UserInnen glaubt, daß ihre politische Partizipation im Internet keinerlei politische Auswirkungen hat:

Über 18 Prozent glauben, daß seine/ihre Kritik bei der jeweiligen Partei politische Auswirkungen haben könnte. Dieses Ergebnis steht im krassen Gegensatz zum faktischen Engagement, wonach nur rund jeder zehnte der Befragten seine Kritik via E-mail bei der jeweiligen politischen Partei deponiert.

UmfrageteilnehmerInnen: 936

	Prozent
ich habe mich noch nie via Internet politisch engagiert	47,2 %
ja	18,4 %
nein	19,3 %
weiß nicht	15,1 %

Tabelle 10: „Glauben Sie, daß Ihr persönliches Engagement (Kritik via E-mail) bei der jeweiligen politischen Gruppierung politische Auswirkungen haben könnte?“

5.3.5. Internet dient den UserInnen im geringen Ausmaß als Forum für politische Kritik:

Knapp 30 Prozent der Internet-UserInnen verwenden das digitale Medium, um Meinungen oder Kritik im Zuge eines politischen Diskurses zu äußern. Die Männer sind etwas engagierter als Frauen. Am aktivsten sind (mindestens einmal am öffentlichen Diskurs teilgenommen): mit 12 Prozent die noch in Ausbildung befindlichen Internet UserInnen; gefolgt von den Angestellten mit 9 Prozent; den Selbständigen mit fast 5 Prozent und den öffentlich Bediensteten mit knapp 4 Prozent. Gemessen am Anteil der UmfrageteilnehmerInnen der jeweiligen Berufsgruppe kann festgestellt werden, daß jeweils ein Drittel jeder Berufsgruppe aktiv am politischen Diskurs via Internet teilnimmt. Arbeitslose und PensionistInnen sind zwar tendenziell aktiver, aber aufgrund ihrer Unterrepräsentation im Internet eine vernachlässigbare Größe.

UmfrageteilnehmerInnen: 936

	Prozent	Frauen	Männer
ich habe es noch nie gemacht	68,2 %	73 %	67,6 %
ich habe es schon einmal gemacht	11,1 %	13,5 %	10,9 %
ich habe es schon einige Male gemacht	16,1 %	9 %	16,9 %
ich mache es regelmäßig	4,6 %	4,5 %	4,6 %

Tabelle 11: „Nehmen Sie allgemein am politischen Diskurs teil, indem Sie Ihre Meinung, Anregungen, Kritik oder Ideen via E-mail deponieren?“

5.3.6. Die parteipolitischen Informationen im Internet haben nur einen geringen Einfluß auf die Parteipräferenz bei Wahlen:

Sechs Prozent der UmfrageteilnehmerInnen geben an, daß die Selbstdarstellung der Partei im Internet Auswirkungen auf das Wahlverhalten bei der Nationalratswahl 1995 gehabt hat.

UmfrageteilnehmerInnen: 936

	Prozent
ich habe mich nicht informiert	54,38%
ja	5,88%
nein	39,74%

Tabelle 12: „Glauben Sie, daß Sie die Informationen, die Sie via Internet über die Selbstdarstellung der politischen Parteien gelesen haben, bei Ihrer Wahl der Partei im Dezember beeinflußt hat?“

Die Mehrheit der UmfrageteilnehmerInnen nutzt die Möglichkeit sich via Internet politisch zu informieren. Fast ein Drittel partizipiert am politischen Diskurs. Jeder fünfte glaubt, daß seine Kritik bei der jeweiligen Partei politische Auswirkungen haben könnte. Immerhin sechs Prozent der UmfrageteilnehmerInnen geben an, daß die Selbstdarstellung der Partei im Internet Auswirkungen auf das Wahlverhalten bei der Nationalratswahl 1995 gehabt hat. Internet wird zusehends als mediale Plattform für politische Partizipation und Informationsbeschaffung wahrgenommen.

5.4. Die Bedeutung des neuen Mediums in bezug auf die politische Zukunft

Euphoriker sehen im Internet eine Chance auf eine kreative Mitwirkungsdemokratie, die die Volkssouveränität steigern läßt. Skeptiker sehen im Internet ein Vehikel für eine populistische Revolte. Zu den Skeptikern zählt auch der Demokratie-Experte Christopher Arterton. Der Dekan der Graduate School of Political Management in Washington D.C. befürchtet eine Fragmentierung der Gesellschaft: „Die politische Welt wird in Informationsreiche und Informationsarme zerfallen. Die Frage nach dem gemeinsamen Interesse der Gesellschaft wird sich immer schwieriger beantworten lassen.“⁴³ Ist das Medium Internet geeignet für die politische Arbeit? Welche gesellschaftspolitischen Konsequenzen bewirkt das neue Medium? Welche demokratiepolitischen Erwartungen knüpfen die Internet-UserInnen an das digitale Medium?

5.4.1. Internet ist geeignet für die Politik:

Fast zwei Drittel der UmfrageteilnehmerInnen einerlei welchen Geschlechts halten das digitale Medium geeignet, um aktiv Politik bzw. Bewußtseinsarbeit zu machen.

UmfrageteilnehmerInnen: 936

	Prozent	Frauen	Männer
ja	65,7 %	65,2 %	65,8 %
nein	20,7 %	16,9 %	13,2 %
weiß nicht	13,6 %	17,9 %	21 %

Tabelle 13: „Halten Sie das digitale Medium für geeignet, um aktiv Politik bzw. Bewußtseinsarbeit zu machen?“

5.4.2. Internet ist ein ideales Informations- und Kommunikationsmedium, das mit Umsicht genutzt werden sollte:

Die TeilnehmerInnen an meiner Internet-Umfrage sind sich im wesentlichen darin einig, daß das digitale Medium ideal zur Informationsbeschaffung, ideal für die Kommunikation und ein wichtiger Schritt für die Zukunft ist. Auffällig hingegen ist, daß die Internet-UserInnen dem Medium tendenziell kritischer gegenüberstehen als die Internet-User. Während nur jede zehnte Userin meint, daß das Internet zu mehr Gleichheit und Gerechtigkeit führt, glaubt dies gar jeder fünfte User. Während über 40 Prozent der Frauen meinen, daß das Internet die soziale Kluft vergrößern wird, ist es bei den Männern nur jeder dritte. Dementsprechend befürchten die Internet-UserInnen auch eher den Verlust des direkten sozialen Kontaktes und plädieren für einen umsichtigeren Umgang mit dem neuen Medium als dies die Internet-User tun.

UmfrageteilnehmerInnen: 936 (Mehrfachantworten möglich)

	Prozent	Frauen	Männer
(1) ideal zur Informationsbeschaffung	87,8 %	94,4 %	87,1 %
(2) ideal für die Kommunikation	52,0 %	46,1 %	52,7 %
(3) schafft Gleichheit & Gerechtigkeit	20,5 %	11,2 %	21,5 %
(4) macht die soziale Kluft noch größer	36,2 %	40,5 %	35,8 %
(5) sollte mit Umsicht genutzt werden	46,6 %	55,1 %	45,7 %
(6) führt zum Verlust des direkten sozialen Kontaktes	27,1 %	33,7 %	26,5 %
(7) führt zu höherer verbaler Gewalt	12,3 %	14,6 %	12,0 %
(8) ist wichtiger Schritt für die Zukunft	59,6 %	51,7 %	60,5 %

Tabelle 14: „Wie bewerten Sie die digitale Realität?“

5.4.3. Internet birgt die Chance auf mehr direkte Demokratie:

Über 40 Prozent der befragten Internet-UserInnen sehen im neuen Medium die Chance auf mehr direkte Demokratie. Rund 28 Prozent befürchten einen noch stärkeren sozialen Gegensatz zwischen denen, die sich einen Netzanschluß leisten können und denen, die keine Internet-User sind. Nur jeder fünfte der Befragten hält die Nutzung digitaler Medien für das politische Geschehen für irrelevant. Und auch hier nehmen die weiblichen Befragten einen tendenziell kritischeren Standpunkt ein.

UmfrageteilnehmerInnen: 936

	Prozent	Frauen	Männer
(1) zu mehr direkter Demokratie	42,6 %	34,8 %	43,5 %
(2) zum noch stärkeren sozialen Gegensatz	28,1 %	31,5 %	27,7 %
(3) zur Oligarchie	7,8 %	7,9 %	7,8 %
(4) für politisches Geschehen irrelevant	21,5 %	25,8 %	21,0 %

⁴³ Zit. n. einem Vortrag von Christopher Arterton zum Thema „New Forms of Political Communication and their Impact on Democracy“, im Rahmen des Symposiums der September-Akademie: „Hyperdemokratie. Politik im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit“, am 29. September 1995 in Wien.

Tabelle 15: „Führt die Nutzung digitaler Medien von politischen Gruppierungen und gleichzeitig die Möglichkeit der Internet-User am politischen Geschehen via Internet teilzunehmen, Ihrer Meinung nach“

Die Mehrheit der UserInnen hält Internet für ein für die politische Arbeit geeignetes Medium. Die politischen Erwartungen der UmfrageteilnehmerInnen an das Internet sind groß. Vier von zehn Internet-UserInnen glauben, daß das Internet die direkte Demokratie begünstigt. JedeR Fünfte vermutet durch das Internet die Chance auf mehr Gleichheit und Gerechtigkeit.

6. SCHLUSSFOLGERUNG:

Repräsentative Daten im Bereich des computervermittelten Demokratieverhaltens fehlen bis dato. Zwar ist beispielsweise die Stadt Wien schon seit 1995 online - es gibt mehrere Projekte, die demokratiepolitische Aspekte beinhalten - trotzdem liegen objektivierbare Erfahrungswerte, die über Umgang, Zufriedenheit, Partizipationsverhalten und über andere demokratiepolitische Parameter Aufschluß geben könnten, nicht vor. Die ersten Gehversuche im virtuellen Raum sind zaghaft, tastend. Digitaler BürgerInnen-Input⁴⁴ ist zwar vorgesehen, im Handling aber eingeschränkt und Informationen über die Effektivität des Inputs fehlen. Die digitale weltumspannende Technik, die Mehrweg-Kommunikation, die Möglichkeit nach *Identity switching* und *Transgendering*, diese Errungenschaften sind vergleichsweise jung. Wohl mit ein Grund, weshalb wissenschaftliche Aussagen den Charakter von Trendforschung tragen.

Um die eingangs formulierte These, wonach **das digitale Medium die österreichische Gesellschaft in Richtung dynamisch-partizipatorischer Demokratie verändert**, zu qualifizieren, soll ein Vergleich mit den neueren Ergebnissen der politikwissenschaftlichen Partizipationsforschung angestellt werden.⁴⁵

Eine Schlußfolgerung durchzieht das digitale Medium wie der berühmte rote Faden: Das Internet als Möglichkeit und Verbesserung unserer Kommunikationsbeziehungen und -strukturen begünstigt in mehrfacher Hinsicht die Dominanz des männlichen Geschlechts und ist als technische Struktur allein unzureichend, um eine Reduzierung der Geschlechterhierarchien im Sinne der partizipatorischen (Geschlechter-) Demokratie herzustellen.

Die dramatische Kluft zwischen den Geschlechtern, neun von zehn Internet-UserInnen sind Männer, ist dabei lediglich ein Indiz. Andere manifestieren sich im symbolisch konstruierten männlichen Technikdiskurs⁴⁶ und in den realen Machtverhältnissen (siehe weiter unten). Alle Indizien zusammengenommen determinieren die geschlechtsspezifische Charakteristik der Internet-UserInnen.

Der Prototyp des Internet-Users zeigt sich, gemäß den Ergebnissen meiner Umfrage, verspielt, liebt die Interaktion, kommuniziert gerne, steht dem Netz positiv gegenüber und glaubt eher an die basisdemokratischen Auswirkungen der neuen Technologie auf die Gesellschaft. Die klassische Internet-Userin informiert sich eher passiv, indem sie die angebotenen Inhalte abrufen, tritt selten in Interaktion und Kommunikation mit anderen UserInnen und steht der technologischen Errungenschaft eher kritisch gegenüber.

Die Gründe für den geschlechtsspezifischen Umgang mit dem neuen Medium liegen in den Rahmenbedingungen:

- Die Möglichkeit des Zugangs zu den neuen Technologien überhaupt;
- Die Fähigkeit im Umgang, in der Benutzung der neuen Kommunikationstechnologien;
- Den Willen, die Bereitschaft, das Interesse an der Technologie an sich;

Die Sozialisation im Umgang mit neuen Technologien erfolgt nicht geschlechtsneutral. Wie wissenschaftliche Forschungen beweisen, sind Frauen/Mädchen weit weniger häufig Besitzerinnen von PC's und anderen technischen Geräten. Ihr Zugang zur computervermittelten Kommunikation erfolgt weitgehend

⁴⁴ Beispiele im Wiener Bereich: das elektronische Sprachboxsystem „Public Voice“; Projekt „Telezentrum Autokaderstraße“; MUNICIPIA etc. Die Pilotprojekte zu „Internet und Flächenwidmung“ haben sich letztlich als wenig erfolgreich erwiesen. Der Hauptgrund für die geringe BürgerInnenbeteiligung sind die Medienbrüche: Stadtplanungsprojekte sind zu kompliziert, weshalb stets eine Person anwesend sein mußte, um die Pläne zu erklären, erst dann konnte ein Input stattfinden; ein weiteres Problem stellt die grafische Darstellung von Planungsprojekten im Internet dar; schließlich steht einer umfangreichen Nutzung des Internets die Rechtsunsicherheit entgegen; es können keine Bauansuchen oder Baubewilligungen kommuniziert werden, da kein ausreichender Datenschutz vorhanden ist etc.

⁴⁵ An dieser Stelle sei erwähnt, daß dieser Vergleich wissenschaftlich einige Probleme aufwirft, die methodisch nicht zu lösen sind.

⁴⁶ Frauen kommen im öffentlichen Internetdiskurs, wenn überhaupt, dann als vernachlässigbare Größe vor; die Netzbetreiber sind fast ausschließlich männlich; Subkulturen wie die Cyberpunks oder Hacker sind eindeutig männlich konstruiert;...

über den Partner, Ehemann, Vater oder Bruder.⁴⁷ Daraus resultiert, daß die Aneignung von technischem Know-how zeit- und raumabhängig erfolgt. Daraus resultiert aber auch, daß die Fachkompetenz in einem Klima der Beschränktheit und Kontrolle erarbeitet werden muß. Computerspielgeräte besitzen vor allem Buben. Während, laut Ulrike Dittler, 40 Prozent der Buben ein eigenes Computerspielgerät besitzen, haben lediglich 25 Prozent der Mädchen ein Gerät für sich allein.⁴⁸ Die Folge ist, so die amerikanische Forscherin Hoai-An Troung, daß Männer aufgrund ihrer geschlechtsspezifischen Sozialisation mit dieser Technik einen weitaus spielerischen Umgang verinnerlicht haben und daher diesem Medium eher gewachsen sind.⁴⁹ Eine These, die von meiner Umfrage bestätigt wird: Jeder zweite User benutzt das Internet als Freizeitbeschäftigung; über 60 Prozent der User stillen im Internet das Bedürfnis nach Spiel & Zerstreuung und Spannung & Reiz.⁵⁰

Die geschlechtsspezifische Sozialisation setzt sich in Schule und Universität fort. Ein Grund, so die Wissenschaftlerinnen Ellen Spertus und Hoai-An Troung, liegt im Fehlen von ausgebildeten Technikerinnen: Mädchen/Frauen werden weit weniger bei der Aneignung neuer Technologien unterstützt und finden seltener weibliche Vorbilder und Mentorinnen vor.⁵¹ Die unübersehbare männliche Technikdominanz kann auch in Österreich empirisch erhärtet werden. Der weibliche Anteil von Informatikerinnen und Telematikerinnen ist in den letzten Jahren deutlich gesunken. Der Frauenanteil in der Studienrichtung Informatik an der TU Wien ist von 25 Prozent auf derzeit 10 Prozent gesunken. An der TU Graz ist der Frauenanteil von 10 Prozent auf nunmehr 5 Prozent hinabgerasselt.⁵² Das Gefühl des Ausschlusses, Versagensängste und persönliche Verunsicherung dominieren bei den weiblichen Erfahrungen im Zuge der Aneignung von Fachkompetenzen, bekräftigt die Kommunikationswissenschaftlerin Johanna Dorer.⁵³

Zu all den genannten Ausschlußgründen kommt hinzu, daß Frauen weit weniger häufig professionellen und berufsspezifischen Zugang zur Nutzung von Internet haben. In Europa beträgt der Frauenanteil sechs bis neun Prozent, in den USA rund 20 Prozent. Dieser Tatsache liegen, so Dorer, temporäre, ökonomische und berufsspezifische Ursachen zugrunde:

„Die Anschaffungs- und Betriebskosten für eine Netzwerkkommunikation stellen für Frauen in Korrelation zu ihrem Einkommen eine höhere Belastung dar als für Männer.“⁵⁴

Frauen verdienen bis zu 40 Prozent weniger als Männer. Und nicht nur das: *„Die Teilnahme am Internet ist hauptsächlich beruflich bedingt“⁵⁵*, konstatieren die Kommunikationswissenschaftlerinnen Johanna Dorer und Ulli Weish, ein Faktum, das auch in meiner Umfrage bestätigt wird, wonach rund zwei Drittel der Internet-UserInnen das Internet aus beruflichen Gründen nutzen.⁵⁶ Zumeist sind es übrigens höhere berufliche Positionen, in denen Frauen unterrepräsentiert sind, deshalb verwundert der hohe Anteil der männlichen Internet-User nicht wirklich. Frauen, die es dennoch via Computer und Modem schaffen, am Internet teilzunehmen, glänzen durch die *„tendenzielle Spiel- und Surf-Verweigerung.“⁵⁷* Die Kommunikationsforscherinnen orten als Barriere den spezifisch weiblichen Alltagskontext mit Doppel- und Dreifachbelastung, der spielerisches Aneignen der Netzkommunikation selten bis kaum zuläßt. All diese Faktoren bewirken, daß

47 Vgl. dazu: Ellen Balka: Women's Access to Online Discussion about Feminism. 1993. Nachzulesen in: <http://english-www.hass.cmu.edu/>; Ulrike Dittler: Frauen und Computerspiele. Teil I. In: JMS-Report, Juni 3, S. 48 - 49; Teil II: JMS-Report, August 4, S. 54 - 56; Christiane Funken: Geschlechterunterschiede im Informatikunterricht. In: Grabosch/Zwölfer (Hginen.): Frauen und Mathematik. Die allmähliche Rückeroberung der Normalität? Tübingen 1992, S. 135 - 155;

48 Vgl. dazu: Ulrike Dittler: Frauen und Computerspiele. Teil I. In: JMS-Report, Juni 3, S. 48 - 49; Teil II: JMS-Report, August 4, S. 54 - 56.

49 Vgl. dazu: Hoai-An Troung: Gender Issues in Online Communications. 1993. Nachzulesen in: <http://www.uni.koeln.de/themen/cmc/text/troung.93.txt>;

50 <http://www.wu-wien.ac.at/usr/h84/h8405564/umfrage.html>

51 Vgl. dazu: Ellen Spertus: Why are There so Few Female Computer Scientists? 1991. Nachzulesen in: <http://www.ai.mit.edu/people/ellens/gender/why.html>; Hoai-An Troung: Gender Issues in Online Communications. 1993. Nachzulesen in: <http://www.uni.koeln.de/themen/cmc/text/troung.93.txt>;

52 Vgl. dazu: Anita Messinger: Die Berufssituation von Informatikerinnen. In: Anakonga (Hgin.): Turbulenzen. Eine feministische Kritik an der Techno-Zivilisation. Wien 1994; Margit Pohl: Der, die, das Computer. Computernetzwerke und vernetztes Denken - Machen sie den Computer weiblicher? In: Akzente, Heft 1, 1996, S. 13 - 18.

53 Vgl. dazu: Johanna Dorer: Gendered Net. In: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 1, 45. Jg., 1997, S. 19 - 30.

54 Ebenda. S. 19 - 30.

55 Johanna Dorer/Ulli Weish: Toys For Boys. In: (sic!). Forum für Feministische Gangarten. Nr. 20/21, Sept. 1997, S. 37.

56 <http://www.wu-wien.ac.at/usr/h84/h8405564/umfrage.html>

57 Vgl. dazu: Margit Böck/Ulli Weish: Games and Gender. In: Informatik Forum. Band 10, Nr. 4, Dez. 1996, S. 189 - 196.

Mädchen/Frauen der neuen Technologie eher kritischer gegenüberstehen. Diese Kritik ist, wie die Forscherin Claudia Schiersmann meint, von der Sozialisation und Biographie abhängig.⁵⁸ *„Mädchen bzw. Frauen reflektieren auch häufiger als Buben bzw. Männer über den geschlechtlichen Nutzen des technologischen Fortschritts und stehen der zukünftigen Entwicklung, deren Auswirkungen auf das alltägliche Leben und die zwischenmenschlichen Beziehungen skeptischer gegenüber, wobei die Einschätzungsunterschiede mit zunehmendem Alter größer werden“*, konstatiert die Forscherin Helga Jungwirth.⁵⁹ Die Einschätzung der kritischen Haltung der Internet-UserInnen gegenüber dem neuen Medium geht auch aus den Umfrageergebnissen der vorliegenden Studie *„Politik & Cyberspace“* hervor: Jede zehnte Userin aber jeder fünfte User meint, daß das Internet zu mehr Gleichheit und Gerechtigkeit führt; 40 Prozent der Userinnen glauben, daß sich die soziale Kluft durch das Internet vergrößern wird, aber nur jeder dritte User glaubt dies;...⁶⁰ Trotz der empirisch gesicherten weiblichen Technikdistanz, ob als Zeichen rollenkonformen Verhaltens oder als grundlegende gesellschaftspolitische Kritik von Frauen gegenüber einer männlich dominierten Wirtschafts- und Wissenschaftsentwicklung, ist anzumerken, daß weiblich und männlich in diesem Zusammenhang keine feststehenden Größen sind:

„Individuell gesehen, gibt es Frauen, die sich als Expertinnen in diesem Sektor behaupten und einen spielerischen „männlich“-sozialisierten Zugang dazu haben, während viele Männer dieser Technologie ebenso fern stehen und einem traditionell „weiblich“ zugeschriebenen Umgang eher entsprechen. Der Begriff „Geschlecht“ ist durch die soziale, kulturelle Überformung geprägt und greift permanent ins Individuelle hinein, ist aber durch die gesellschaftspolitische Diskriminierungspraxis gegenüber Frauen in seinen damit verbundenen Zuschreibungen „männlich-weiblich“ auf struktureller Ebene wieder gültig.“⁶¹

Frauen sind auf der unteren beruflichen Hierarchieebene, als Sekretärinnen, Verkäuferinnen oder Bankangestellte, Benutzerinnen der Computertechnologie. Vorwiegend Frauen sind als Arbeiterinnen in der Hardware-Industrie, bei der Herstellung von Computerchips zu finden. Die Gestaltungsmacht in der Software-Produktion haben die Männer. Sie entwerfen nicht bloß die kommunikationstechnische Struktur, das zu bedienende Interface und drücken dem neuen Medium solcherart ihre Handschrift auf, sie verdienen auch um mindestens das zehnfache mehr als die oben genannten Frauen. Die Machtverhältnisse sind klar. Klar ist aber auch, daß die computervermittelte Kommunikation, die Nutzung von Internet und anderer digitaler Kommunikationsstrukturen große individuelle und gesellschaftliche Chancen, gerade auch für Frauen bergen.⁶² Derzeit nimmt sich das Internet als Kommunikations- und Wirtschaftseldorado für Männer aus, „die weiß und in hochindustrialisierten Ländern zu Hause sind.“⁶³ Umso dringender ist die Frage nach einer Bewertung des neuen Mediums: Wem nützt die Installation von moderner Kommunikationstechnologie, wem schadet diese? Wer wird von wem in Zukunft vom Arbeitsmarkt verdrängt werden? Wie wird Macht, Position und Durchsetzung von Interessen, die vornehmlich wirtschaftliche und kommerzielle sind, in einer virtuellen Welt ausgetragen? Zentral also ist die Frage einer politischen Theorie der neuen Medien. Im Bereich der Genderforschung, die sich die Frage nach den Gründen von tendenziell weiblicher Desintegration und Informationsarmut und Fragen nach der Veränderung des status quo stellen, werden zwei unterschiedliche Blickpunkte und Positionen diskutiert. Die Hypothese von der Ausschließung, die der Tradition des „eco-feminism“ verhaftet ist, geht davon aus, daß die neuen Medien als weiteres männliches Instrument der Kontrolle über Frauen zu sehen sind. *„Cyberspace ist die ultimative Verleugnung von Materialität; die hypermoderne Form des Patriarchats zeigt sich in Form radikaler Unterdrückung von Natur und Materie, um die Höhen der Transzendenz und des reinen Gewissens zu erklimmen.“⁶⁴*

58 Vgl. dazu: Claudia Schiersmann: Computerkultur und weiblicher Lebenszusammenhang. Zugangsweisen von Frauen und Mädchen zu den neuen Technologien. In: Schriftenreihe zu Bildung und Wissenschaft des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft. Band 49. Bonn 1987.

59 Vgl. dazu: Helga Jungwirth: Computerspielen und Geschlechtsrollenbilder. In: Schriftenreihe des Bundesministeriums für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten. Abteilung für Mädchen- und Frauenbildung. Wien 1996.

60 <http://www.wu-wien.ac.at/usr/h84/h8405564/umfrage.html>

61 Johanna Dorer/Ulli Weish: Toys For Boys. In: (sic!). Forum für Feministische GangArten. Nr. 20/21, Sept. 1997, S. 38.

62 WOMAN/Computernetzwerk; FemNet in Deutschland; FemWien, Ariadne, Frida, female in Österreich sind Beispiele für gelungene frauenspezifische Vernetzung, die Frauen umfangreiche Kommunikations- und Informationsressourcen anbieten;

63 Johanna Dorer/Ulli Weish: Toys For Boys. In: (sic!). Forum für Feministische GangArten. Nr. 20/21, Sept. 1997, S. 37.

64 Johanna Dorer/Ulli Weish: Toys For Boys. In: (sic!). Forum für Feministische GangArten. Nr. 20/21, Sept. 1997, S. 38f. Vgl. dazu: Sadie Plant: The Future Looms: Weaving Women and Cybernetics. In: Mike Featherstone (Hg.): Cyberspace/ Cyberbodies/ Cyberpunk. London 1995.

Eine umfassende Technikkritik setzt sich mit den Folgen der „Menschen- und naturverachtenden Entwicklung“ auseinander.⁶⁵ Die Hypothese von der Ausschließung geht davon aus, daß die neuen Kommunikationstechnologien von ihrer Funktionslogik her per se männlich sind, dem männlich monokausalen Denksystem entsprechen und Frauen eine enorme Anpassungsleistung abverlangt, die gegen sich selbst und gegen ihre Art des Denkens gerichtet ist. Dieser Denkansatz geht von feststehenden Geschlechterdifferenzen aus, die die weibliche als „natur-verhaftet“ definiert und fordert die Frauen auf, eigene frauenspezifische Kommunikationsstrukturen zu entwickeln und nicht jene der Männer einfach zu übernehmen. Dieser Denkansatz wird von der feministischen Genderforschung durchaus stark kritisiert.

Im Gegensatz dazu steht der Ansatz der Aneignung, der sich dem „liberal feminism“ zugehörig fühlt, und meint, daß Frauen durch spezifische Förderprogramme und Unterstützung im Lernverhalten am globalen Kommunikationsprozeß verstärkt teilnehmen könnten. Eine Vertreterin dieses „pädagogischen Ansatzes“ ist Valerie Frissen, die die Frauen aufruft, sich nicht wieder in die „Opferrolle“ zu begeben, sondern die Entwicklung aktiv zu gestalten und eigenen Interessen, Kreativität im Umgang mit dem neuen Medium zu entwickeln.⁶⁶ Ein Denkansatz, der, so die Kritikerinnen, die gesellschaftliche Sozialisation und ihre realen Machtverhältnisse als zu leicht überwindbar beschreibt. Deshalb, so der dritte Ansatz, bedarf es neuer politischer Instrumentarien, um ein egalitäres, geschlechtsneutrales Medium zu konstruieren. Nicht die Technik oder Technologie selbst, so Sherry Turkle, ist das, was Frauen abschreckt, sondern die Art und Weise, wie darüber (öffentlich und privat) gesprochen wird.⁶⁷ Es geht also darum, das Medium Internet weiblich zu kodieren:

„Die Cyborg, die als partiell, oppositionell, strategisch, auf keinen Fall unschuldig, kontaktsüchtig und genderlos beschrieben wird, ist das Selbst, welches die Feministinnen codieren müssen. Diese Identitätskonstruktion ist aber nicht ausreichend im Kampf gegen die drohende 'Informatik der Herrschaft', die weltweite Kontrolle von Kommunikation, die Übersetzung von Welt in eine perfekte Sprache.“⁶⁸

Es bedarf politischer Instrumentarien, die über die Grenzen von gender, race and class hinausgehen. Ein Vergleich der weiblichen und männlichen Partizipationsmuster im Internet bestätigt den geschlechtsspezifischen Zugang zum Medium, der sich auch in einem charakteristischen Umgang mit Internet manifestiert. Wie hoch aber fällt das politische Partizipationsniveau der Internet-UserInnen im Vergleich zu den vorhandenen empirischen Forschungen über die Partizipation der ÖsterreicherInnen aus.

Die Internet-UserInnen zeigen sich überdurchschnittlich politisch interessiert. Knapp 60 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen nutzen die Möglichkeit sich via Internet über politische und gesellschaftspolitische Organisationen zu informieren. Immerhin 38 Prozent der Internet-UserInnen haben sich anlässlich der Nationalratswahl 1995 über die politischen Parteien mittels Internet informiert. Frauen erfüllen ihr Bedürfnis nach politischer Information im Internet häufiger als Männer. Sie zeigen sich politisch interessierter als Männer. Diese Befunde stehen im Gegensatz zu den Ergebnissen aus der Partizipationsstudie von Deiser/Winkler, wonach etwa 9,5 Prozent der österreichischen Bevölkerung als politisch hoch interessiert einzustufen sind, 62,7 Prozent ein mittleres Interesse und 27,8 Prozent ein niedriges Interesse zeigen. Außerdem kommen die beiden Politikwissenschaftler zur Einschätzung, daß Frauen, niedrig Gebildete etc. eher desinteressiert sind.⁶⁹

Die Internet-UserInnen nehmen tendenziell häufiger am politischen Diskurs teil. 32 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen verwenden das digitale Medium, um Meinungen, Kritik im Zuge eines politischen Diskurses zu äußern. 4,5 Prozent der Internet-UserInnen und 4,6 Prozent der Internet-User nehmen regelmäßig via E-Mail am politischen Diskurs teil. 16 Prozent der

⁶⁵ Vgl. dazu: Claudia von Werlhof: Wie kommen wir zu einer fröhlichen (Natur-) Wissenschaft? In: Anakonga (Hg.): Turbulenzen. Eine feministische Kritik an der Techno-Zivilisation. Wien 1994; Maria Mies: Wider die Industrialisierung des Lebens. Pfaffenweiler 1992.

⁶⁶ Valerie Frissen: Trapped in Electronic Cages? Gender and New Information Technologies in the Public and Private Domain. An Overview of Research. In: Marie Luise Angerer/ Johanna Dorer (Hginnen.): Gender und Medien. Wien 1994, S. 198 - 213.

⁶⁷ Sherry Turkle: Paralell Lives: Working on Identity in Virtual Space. In: Debra Grodin/ Thomas Lindolf (HgIn.): Constructing the Self in a Mediated World. London 1996.

⁶⁸ Gertraud Kohlbacher: Frauen und neue Kommunikationstechnologien. Zwei Feministinnen - zwei Visionen. Nachzulesen unter: <http://www.univie.ac.at/Publizistik/DolV96-0.html>;

⁶⁹ Roland Deiser/Norbert Winkler: Das politische Handeln der Österreicher. Wien 1982, S. 182ff. Einschränkend muß allerdings konstatiert werden, daß der Erforschung des politischen Interesse eine umfangreiche Indexkonstruktion zugrunde liegt.

Internet-UserInnen haben es schon einige Male gemacht, 11,1 Prozent haben es schon einmal gemacht und 68,1 Prozent haben es noch nie gemacht. Männer sind etwas engagierter als Frauen.

13 Prozent der Internet-UserInnen, die sich über eine politische Partei im Internet informiert haben, nutzen die kommunikative Möglichkeit des digitalen Mediums, indem sie ihre Meinung via Email kundtun. Roland Deiser und Norbert Winkler kommen in ihrer Partizipationsstudie auf 2 Prozent, die eine hohe Aktivität im Bereich des politischen Handelns aufweisen, 45,8 Prozent, die eine mittlere Aktivität und 52,2 Prozent, die eine niedrige Aktivität aufweisen.⁷⁰ Während die Ergebnisse der Partizipationsstudie bestenfalls als erste Orientierung herangezogen werden können, ist der Vergleich mit der von den Politikwissenschaftlern Fritz Plasser und Peter A. Ulram erarbeiteten Studie aufschlußreicher. Im 'Politischer Kulturvergleich 1989'⁷¹ kommen die Forscher auf folgende Ergebnisse: 4 Prozent der Befragten geben an, daß sie *oft mit Politikern sprechen oder sonst mit ihnen Kontakt aufnehmen*. 10 Prozent tun dies *manchmal*, 14 Prozent *selten* und 72 Prozent *nie*. 1 Prozent der Befragten geben an, daß sie *oft Leserbriefe schreiben, um auf bestimmte Dinge in der Politik aufmerksam zu machen*. 4 Prozent tun dies *manchmal*, 5 Prozent *selten* und 89 Prozent *nie*. Was die digitale Kontaktaufnahme mit politischen Institutionen und die Teilnahme am politischen Diskurs via E-Mail betrifft, sind die Internet-UserInnen auf den ersten Blick aktiver als die Befragten der Politischen Kulturvergleich-Studie.

Die Internet-UserInnen glauben zum Teil an die Effektivität politischer Partizipation. Über 18 Prozent, das heißt fast jedeR fünfte der Internet-UserInnen glaubt, daß ihre/seine Kritik bei der jeweiligen Partei politische Auswirkungen haben könnte. Dieses Ergebnis steht im krassen Gegensatz zum Engagement, wonach nur rund 13 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen ihre/seine Kritik via Email bei der jeweiligen politischen Partei deponiert. Frauen sind von der Effektivität politischer Inputs überzeugter als Männer. Und das obwohl sie ein niedrigeres Partizipationsniveau zeigen als Männer. Studien der Politikwissenschaftler Fritz Plasser und Peter A. Ulram weisen auf ein ausgeprägtes politisches Ohnmachtsgefühl der ÖsterreicherInnen hin: Nur jedeR vierte erlebt sich als selbstbewußter Staatsbürger.⁷² Die Einschätzung der Effektivität politischer Partizipation fällt bei den Internet-UserInnen noch pessimistischer aus.

Abschließend kann konstatiert werden, daß die eingangs formulierte These, wonach *das digitale Medium die österreichische Gesellschaft in Richtung dynamisch-partizipatorischer Demokratie verändert*, weder bestätigt noch widerlegt werden kann. Für die These spricht, daß rund 32 Prozent der Internet-UserInnen das digitale Medium verwenden, um Meinungen, Kritik im politischen Diskurs zu äußern. Laut der neuesten empirischen Studie zum „*Politischer Kulturwandel in Österreich - Empirische Trends*“⁷³ der Politikwissenschaftler Fritz Plasser und Peter A. Ulram ist rund ein Viertel der Bevölkerung bereit, an Demonstrationen und Streiks teilzunehmen. Von 1.000 Befragten der von Plasser und Ulram verfaßten *Kulturstudie* haben in der Vergangenheit lediglich 96 Personen Leserbriefe geschrieben, um auf bestimmte Dinge in der Politik aufmerksam zu machen. Während nur rund jeder Zehnte manchmal oder selten Leserbriefe abgeschickt hat, tut dies in Internet fast jeder Dritte. Dieser Befund ist umso erstaunlicher, als es sich hier wie da um Personen handelt, die über ein relativ hohes Qualifikationsniveau verfügen, mittleren Alters sind und/oder ein höheres Einkommen und Berufsprestige genießen. In Berufsgruppen ausgedrückt sind es Maturanten, Hochschulüler, Freiberufler, leitende Angestellte und Beamte. Also „*mit besseren Ressourcen ausgestattete Menschen*“, die laut Russell J. Dalton „*zu höherer politischer Partizipation neigen*“⁷⁴. Die Gründe für das unterschiedlich hohe Partizipationsverhalten liegen zum Teil im Medium begründet.

Internet-UserInnen sind nicht an 'Sendezeiten', 'Abend- oder Morgenausgaben' gebunden, um sich informieren zu können. Sie können die Informationen zu jeder Zeit und in gleicher Weise abrufen und sie

⁷⁰ Ebenda. S. 188f. Um das politische Handeln methodisch möglichst genau zu erheben, erarbeiten Deiser/Winkler insgesamt 43 Partizipationsvariablen, anhand derer der Grad der politischen Aktivität gemessen wird. Auch hier hat ein Vergleich zwischen Partizipationsstudie und Internetstudie den Charakter einer ersten Orientierung.

⁷¹ Vgl. dazu: Fritz Plasser/Peter A. Ulram: Staatsbürger oder Untertan? Politische Kultur Deutschlands, Österreichs und der Schweiz im Vergleich. Frankfurt am Main/Bern/New York/Paris 1991, S. 22. Vgl. auch: Kapitel III.II Exkurs: Wachsende politische Partizipation in Österreich.

⁷² Ebenda. S. 27f.

⁷³ Fritz Plasser/Peter A. Ulram: Politischer Kulturwandel in Österreich - Empirische Trends. Wien 1997. Die Studie ist noch nicht veröffentlicht..

⁷⁴ Russell J. Dalton: Citizen Politics in Western Democracies. New York 1988, S. 50f.

bekunden ihr Interesse an politischen Informationen häufiger als etwa die Zeitungs- und MagazinleserInnen⁷⁵: Zwei von zehn UmfrageteilnehmerInnen nutzen die Informationsangebote der politischen Parteien. Mehr als die Hälfte der Internet-UserInnen haben sich via Internet schon über mindestens eine politische Gruppierung informiert.

Die Kommunikation im Internet ist schneller, funktioniert vergleichsweise bequem und beinhaltet weniger Hemmschwellen, als dies im herkömmlichen Briefverkehr oder im face-to-face Gespräch der Fall ist. Zahlreiche Studien beweisen, daß Menschen, die ein E-Mail Tool besitzen, signifikant häufiger Briefe schreiben als dies Menschen tun, die an keinen digitalen Briefverkehr angeschlossen sind.⁷⁶ Diese Tendenz wird auch in meiner Umfrage bestätigt.

Die elektronische Kommunikation entwickelt gerade in diversen *Newsgroups* und *Diskussionslisten* eine spezifische Form des Diskurses, die altbekannte Autoritäts- und Hierarchiemuster nicht zustandekommen läßt.

Allerdings werden die Möglichkeiten des neuen Mediums von den politischen RepräsentantInnen nur ansatzweise genutzt. Das österreichische Parlament wie auch die Parteien sehen auf ihren Internetseiten kaum digitale Foren vor, in denen die Internet-UserInnen diskursiv und meinungsbildend wirken könnten. Eine diskursive Dynamik, wie sie rund um den Studentenstreik 1996 auf den ÖH-Pages stattgefunden hat, fehlt weitgehend. Insofern trifft gegenwärtig auch für Österreich die politikwissenschaftliche Einschätzung von Claus Leggewie zu: „Das Internet ist nur so demokratisch, wie es das jeweilige demokratische System ist, in welches es eingebettet ist“⁷⁷.

Eine politische Theorie der neuen Medien, die sich auf einen genetischen Technikdeterminismus⁷⁸ reduziert, reicht nicht aus, um die soziokulturellen Auswirkungen des Internets zu erklären. Auch wenn das neue Medium von der technischen Struktur und Funktionsweise dezentral organisiert ist und einen gleichberechtigten Zu- und Umgang für alle (die sich Internet leisten können) garantiert, wirkt das emanzipatorische oder subversive Potential der Netzwerke nicht auf das soziale Gefüge, welches das Medium nutzt. Internet ist keine Substanz, die re-aktiviert werden könnte. Am Anfang steht auch hier die politische Entscheidung, müssen Ziele artikuliert und definiert werden. Bis dahin gilt die These des Philosophen Oliver Marchart: „Die neue Welt ist immer schon die alte in umgekehrter Form.“⁷⁹ Der Wunsch nach entsprechender Technopolitik bleibt bei den UserInnen evident. Auch wenn die vorliegende Studie als explorative Pionierstudie verstanden werden muß, da keine repräsentativen Aussagen gemacht werden können, so sind doch einige Fakten nicht zu ignorieren: Für über 50 Prozent der UmfrageteilnehmerInnen ist das digitale Medium ein wichtiger Schritt in die Zukunft. Über 40 Prozent erblicken im Internet die Möglichkeit nach direkter Demokratie. Und gar 65 Prozent der Internet-UserInnen halten das Medium geeignet, um aktiv Politik bzw. Bewußtseinsarbeit zu machen. Hoffnungen und Einschätzungen, die in Zukunft auch für die Demokratie von Bedeutung sein könnten.

⁷⁵ vgl. dazu: Roland Deiser/Norbert Winkler: Das politische Handeln der Österreicher. Wien 1982, S. 182f. Lediglich 8,2 % der Zeitungs- und Magazinleser zeigen Interesse an der „Innenpolitik“. Die Autoren kommen zum Schluß, daß in Österreich rund 10 Prozent der Bevölkerung als politisch hoch interessiert einzustufen sind.

⁷⁶ Eine neue Untersuchung (Nov. 1997) des amerikanischen Instituts ActivMedia kommt zum Schluß, daß 20 Prozent der Internet-UserInnen viel weniger Fernsehen und viel weniger häufig ins Kino gehen, als vor dem Netzgebrauch. 57 % geben an, daß das Internet eine positive Auswirkung auf ihr Familienleben und ihre sozialen Kontakte hat. Mehr als die Hälfte genießt die Online-Kommunikation. Die meisten der Befragten geben an, daß ihnen das Netz geholfen hat, Personen mit gleichen Interessen zu finden. Vgl. dazu: <http://www.activmedia.com/press/family.html>

⁷⁷ Demokratie-Online: Computervermittelte politische Kommunikation und Demokratie: Beispiele aus Europa und den Vereinigten Staaten. Ein Vortrag von Claus Leggewie, gehalten am 14. Mai 1996 am Institut für die Wissenschaften vom Menschen in Wien.

⁷⁸ „In seiner genetischen Variante behauptet der technologische Determinismus die Zwangsläufigkeit und Eigengesetzlichkeit in der Entwicklung technischer Neuerungen und beruft sich dabei vor allem auf die, aus menschlicher Neugier geborene, angebliche Selbstbewegung der naturwissenschaftlichen Erkenntnisanstrengungen, deren Ergebnisse das technische Innovationspotential fortgesetzt vermehren und, bei ungebrochener Gestaltungsleidenschaft des Homo faber, notwendig in neue technische Realisationen einmünden würden.“ In: Günter Ropohl: Ethik und Technikbewertung. Frankfurt am Main 1996. S. 21f. Die gegenwärtige Memesis-Diskussion wird ganz in dieser genetischen Variante geführt. Vgl. dazu: Gerfried Stocker/Christine Schöpf: Memesis, The Future of Evolution. Ars Electronica Festival. Wien/New York 1996.

⁷⁹ Oliver Marchart: Siedler, Indianer und die Kavallerie. In: Marion Fugléwicz: das internet lesebuch. hintergründe. trends. perspektiven. Wien 1996, S. 188.