

Vom Empfänger zum Sender

Dass Barack Obama den Kampf um die US-Präsidentschaft für sich entschieden hat, ist auch auf seinen geschickten Umgang mit dem Internet zurückzuführen – so die These von Tobias Moorstedt. Als einziger Kandidat habe Obama erkannt, dass die interaktiven Werkzeuge des Netzes allen zur Verfügung stehen, die an der gesellschaftlichen Debatte teilnehmen wollen. Wie ganz normale Bürger via Internet die Politik beeinflussen und sich Wahlkämpfer dies zunutze machen, beschreibt der Journalist Moorstedt im Protokoll seiner Reise durch ein Land im politischen Umbruch.

Drei Monate lang ist Moorstedt für dieses Buch durch die USA gereist, hat Programmierer und Webstrategen besucht, Studenten, Arbeiter und Angestellte getroffen, mit dem Internetdirektor von Barack Obama gesprochen. Und er ist bei seinen Recherchen tief in die amerikanische Geschichte zurückgegangen, um deutlich zu machen: Was während des Wahlkampfes 2008 in den USA geschah, entspricht ganz dem amerikanischen Geist; es wäre absolut im Sinne von Thomas Jefferson gewesen, dem maßgeblichen Verfasser der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung, der zeitlebens über die ideale Art der Bürgerbeteiligung an der Politik nachgedacht hat. Von der Version 2.0 der amerikanischen Revolution ist entsprechend auch bereits in den USA die Rede – und die neuen Revolutionäre sind, klar: Jeffersons Erben.

Moorstedt stellt diese Entwicklung zunächst in den historischen Kontext. Mit neuen Medien entstehen neue Öffentlichkeiten und neue Formen der

politischen Interaktion, so lässt sich sein Streifzug durch die amerikanische Geschichte zusammenfassen – angefangen bei den Gründungsjahren der USA, als noch Boten und Gemeindeschreiber Botschaften überbrachten, bis hin zum ersten TV-Duell zwischen Kennedy und Nixon 1960 und dem Wahlkampf Obama contra McCain, der stark durch das Internet geprägt war. Die Sieger, so ein Fazit Moorstedts, verfügten alle über ein „intuitives Verständnis für neue Kommunikationsformen sowie das Talent [...], diese für sich zu nutzen“ (S. 17).

Barack Obama ist entsprechend auch der erste Präsidentschaftskandidat, der das Netz zum integralen Bestandteil seiner Wahlkampagne gemacht hat. Was das praktisch bedeutet, lässt sich ausführlich in Moorstedts Buch nachlesen. Er berichtet von sogenannten Support-Gruppen, die sich auf der Webseite mybarackobama.com zusammengefunden haben. Über 1 Mio. Menschen waren bis zur Wahl im November 2008 auf dieser Seite registriert. Wir erfahren, wie neue Software diese Art der Organisation überhaupt möglich gemacht hat. Beschrieben wird der – mitunter – enorme Einfluss von Blogs und von „voter-generated-content“, Inhalten, die von den Wählern selbst produziert und ins Netz gestellt werden. Beeindruckend liest sich, wie Obama erfolgreich mit Hilfe von E-Mails, Blogs und Webseiten-Buttons Spendengelder gesammelt hat – eine Voraussetzung, um gegenüber dem politischen Establishment zu punkten. Und wir bekommen die Gesichter hinter den Kampagnen, Blogs und Netzwerken zu sehen, die einfachen Bürger sowie die Internetprofis. Das Internet bie-

tet allen Raum, aktiv zu werden; Stimme – Gesicht – Space lauten die Ingredienzien, die ein Kandidat mitbringen muss, um heutzutage zu siegen.

Und danach? Was passiert mit all den Aktiven, wenn die Schlachten geschlagen sind? Werden die Menschen dauerhaft in den politischen Prozess zurückgeholt, wird ihre Stimme auch später noch gehört? Auf diese Fragen bietet das Buch nur Mutmaßungen, Hoffnungen, Ideen – wie etwa die Vorstellung, dass mit Hilfe des Open-Source-Prinzips die Bürger an der Erstellung von Gesetzestexten mitwirken könnten. Doch was tatsächlich passiert, kann niemand vorhersehen. Ebenso wenig ist prognostizierbar, ob sich diese „Partizipationsarchitektur“ aus dem amerikanischen Wahlkampf etwa auf bundesdeutsche Verhältnisse übertragen lässt. Moorstedt hält dies für möglich, woher er die Zuversicht nimmt, wird allerdings nicht klar. So ist *Jeffersons Erben* vor allem eine sehr gute Beschreibung des aktuellen amerikanischen Wahlkampfes, weshalb der Untertitel zurückhaltender und treffender lauten sollte: „Wie die digitalen Medien den amerikanischen Wahlkampf verändern“.

Vera Linß



Tobias Moorstedt:

Jeffersons Erben. Wie die digitalen Medien die Politik verändern. Frankfurt am Main 2008: Suhrkamp. 165 Seiten, 9,00 Euro