

Machtstrukturen in der digitalen Demokratie

oder:

Wer regiert die  -Welt?

T. Dirksmeyer

22.01.2006

Gliederung

1. Ideale
2. Hindernisse
 1. Netzzugangsbarrieren: *digital divide*
 2. institutionelle Beschränkungen
 3. Konzentrationsprozesse und ökonomische Rationalität
3. Reaktionen
 1. Web-Kampagnen
 2. FOSS-Bewegung
 3. europäische Suchmaschine

Ideale

- ▶ im Web 2.0 sind alle Menschen gleich
- ▶ jeder kann sich frei informieren
- ▶ jeder kann frei kommunizieren
- ▶ jeder hat die gleiche Chance, Einfluss auf soziale Prozesse zu nehmen



„Wissen ist Macht.“

Herrschaftswissen:

„Wissen, dass nicht allen zugänglich ist
und manchen vorenthalten wird,
um diese in Abhängigkeit und
Beherrschung zu halten“

(Reinhold 1997:259)

Netzzugangsbarrieren

Verbreitung des Internet

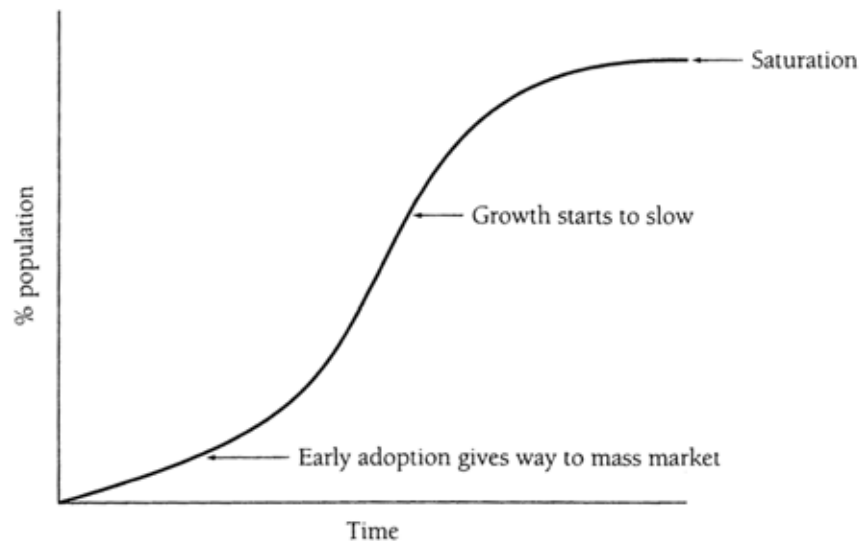


Figure 4.5. The S curve of technology diffusion.

Chadwick (2006:58)

- ▶ Internet hat sich schneller verbreitet als jedes Medium zuvor
- ▶ Verbreitung von Technologien folgt allgemein einer S-Kurve

Internetnutzung in Deutschland

Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2006

Personen ab 14 Jahre

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
gelegentliche Onlinenutzung										
in %	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5
in Mio	4,1	6,6	11,2	18,3	24,8	28,3	34,4	35,7	37,5	38,6
Zuwachs gegenüber dem Vorjahr in %	-	61	68	64	36	14	22	4	5	3
Onlinenutzung innerhalb der letzten vier Wochen										
in %	n.e. ¹⁾	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	51,5	52,6	56,7	57,6
in Mio	n.e. ¹⁾	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	33,1	33,9	36,7	37,4
Zuwachs gegenüber dem Vorjahr in %	-	-	-	-	-	-	-	2	8	2

1) n.e. = nicht erhoben.

Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland (2006: n=1 084, 2005: n=1 075, 2004: n=1 002, 2003: n=1 046, 2002: n=1 011, 2001: n=1 001, 2000: n=1 005, 1999: n=1 002, 1998: n=1 006, 1997: n=1 003).

Quellen: ARD-Online-Studie 1997, ARD/ZDF-Online-Studien 1998-2006.

digital divide

(„digitale Spaltung“, „digitale Kluft“, „digitaler Graben“)

- ▶ Digitale Medien bringen ihren Nutzern gesellschaftliche Vorteile
- ▶ Nicht-Nutzern bleiben diese Vorteile vorenthalten
- ▶ zwischen Nutzern und Nicht-Nutzern entsteht eine wachsende soziale Kluft

digital divide

Internetnutzung behindert
durch Mangel an

- ▶ ***material access:***
Hardware nicht verfügbar; nicht bezahlbar
- ▶ ***mental access:***
kein Interesse; Zurückhaltung ggü. Computern/Technologie
- ▶ ***skills access:***
keine ausreichenden Bedienfähigkeiten, da wenig Benutzerfreundlichkeit oder wenig soziale Unterstützung
- ▶ ***usage access:***
nicht genügend relevante Anwendungsmöglichkeiten

Zugang weltweit

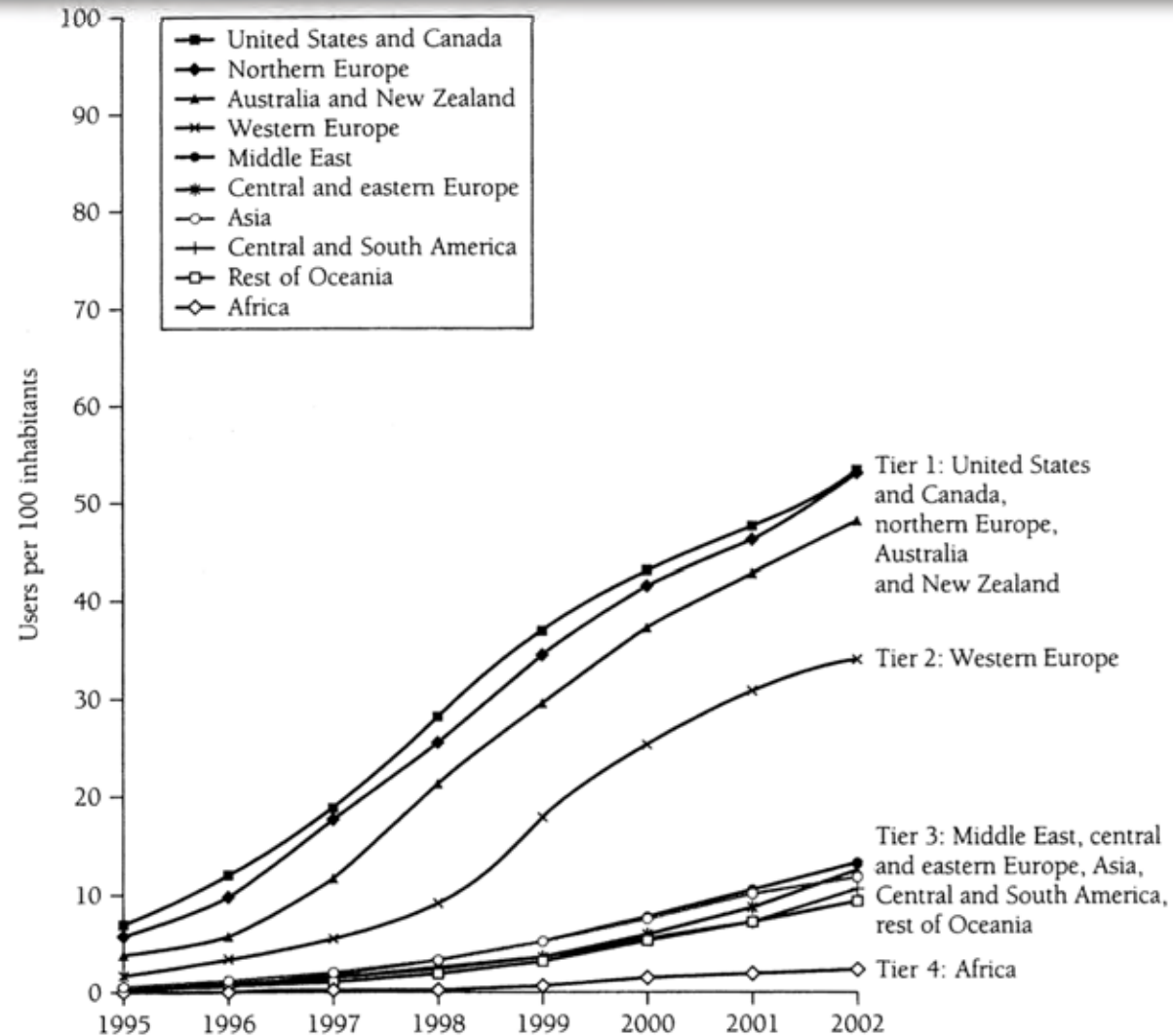


Figure 4.1. Internet penetration by region, 1995–2002.

Zugang: Wachstumsraten

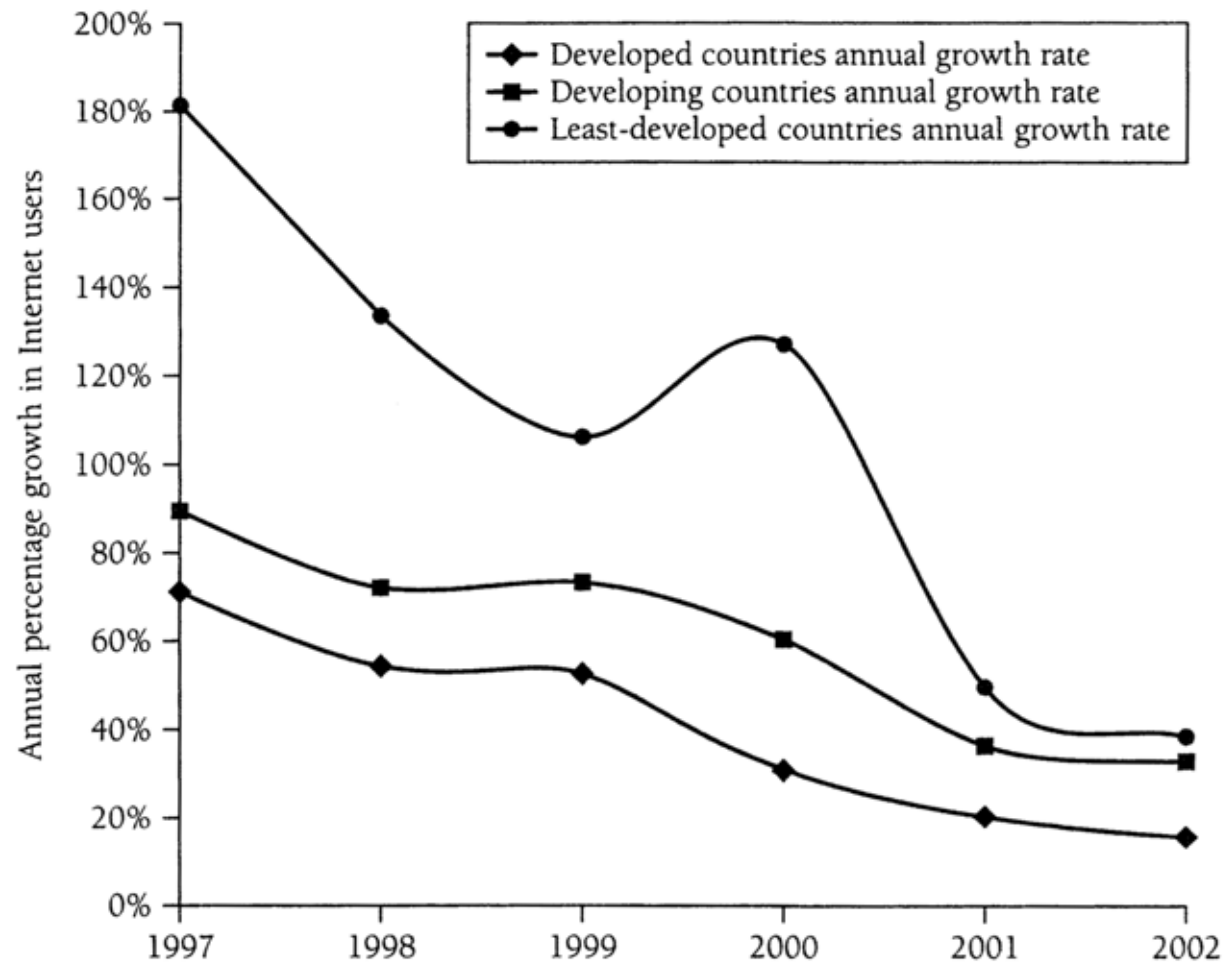
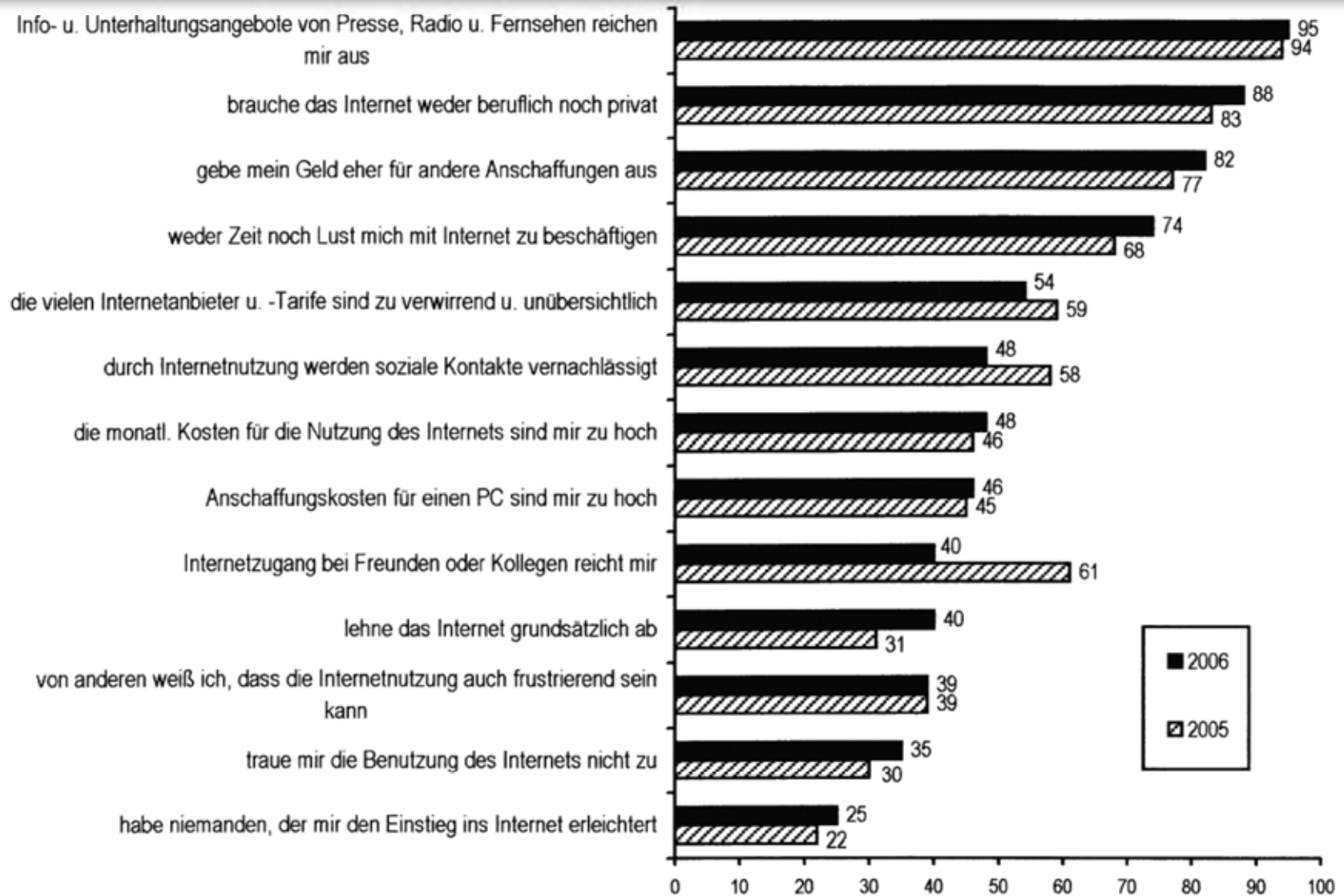


Figure 4.7. Annual growth rate in Internet users by level of development, 1996–2002.

weitere Zugangshindernisse

Abb. 3 Offliner¹⁾: Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %
Gerhards / Mende (2006:422)




digital divide

- 26% of Americans age 65 and older go online, compared with 67% of those age 50-64, 80% of those age 30-49, and 84% of those age 18-29.
- 57% of African-Americans go online, compared with 70% of whites.
- 29% of those who have not graduated from high school have access, compared with 61% of high school graduates and 89% of college graduates.
- 60% of American adults who do not have a child living at home go online, compared with 83% of parents of minor children.

Zwischenfazit I

- ▶ Zugang zum Internet (und somit Partizipationsmöglichkeit in Web 2.0-Anwendungen) hängt wesentlich von „traditionellen“ sozialen Variablen ab
- ▶ diejenigen, deren sozialer Status (und somit Einfluss) im Offline-Universum niedrig ist, partizipieren auch an der Google-Welt nur in geringem Maß
- ▶ diese soziale Segmentierung ist relativ stabil

institutionelle Beschränkungen



Beschränkungen der Online-Handlungsfreiheit des Einzelnen durch

- ▶ traditionelle, staatliche Autorität
- ▶ web-spezifische Organe
- ▶ normative Rahmenbedingungen

staatliche Autorität

- ▶ **Zensur:**
China, Vietnam, Iran, Usbekistan, Tunesien,
Myanmar, Kuba, Nordkorea, Saudi-Arabien
...
- ▶ **Kryptographie:**
PGP und „Crypto Wars“
- ▶ **(Noch-)Nicht-Gleichbehandlung:**
„Apple gossip“-Blogger

web-spezifische Organe

- ▶ ICANN
(Internet Corporation for
Assigned Names and Numbers)

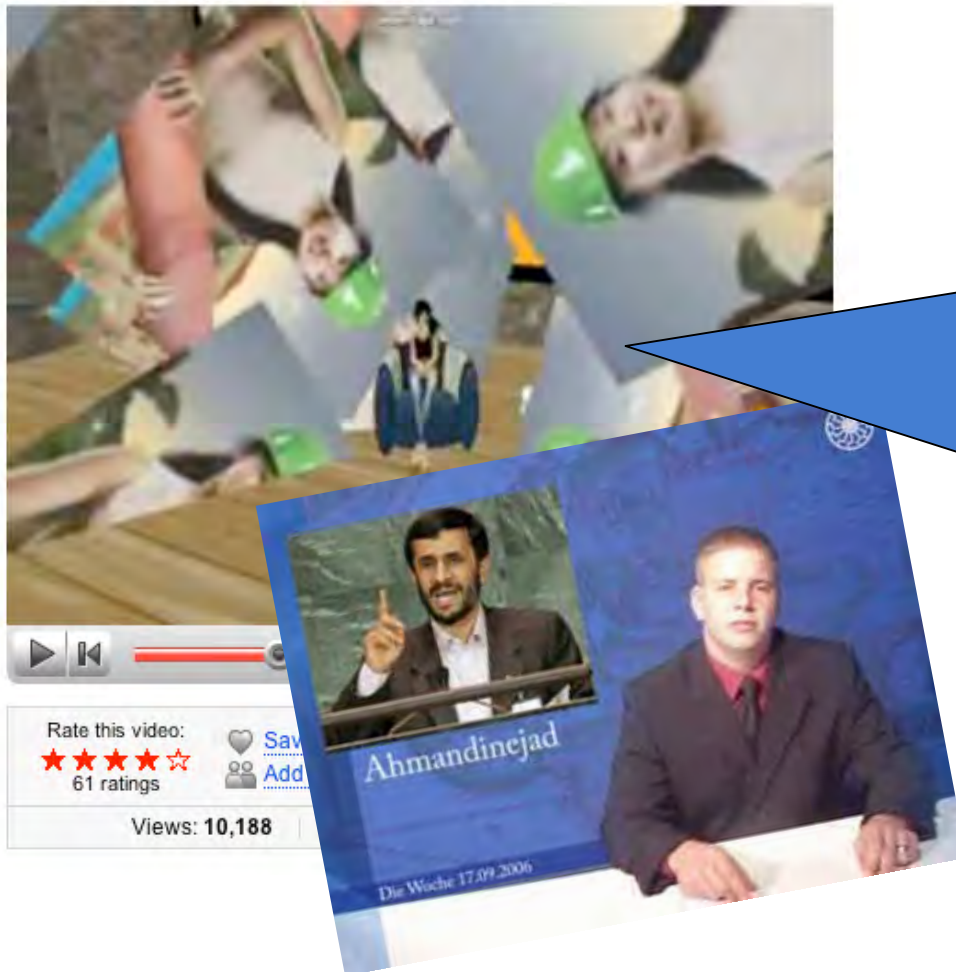


Vinton G. Cerf

- ▶ W3C
(World Wide Web Consortium)
432 Mitgliederorganisationen,
erarbeitet Empfehlungen für Web-
Standards (HTTP, HTML, XML, IPv6 ...)

normative Rahmenbedingungen

Anshe Chung Interview Incident



- ▶ Selbst- bzw. Hauszensur z.B. bei YouTube

„[...] (ii) publish falsehoods or misrepresentations that could damage YouTube or any third party; (iii) submit material that is unlawful, obscene, defamatory, libelous, threatening, pornographic, harassing, hateful, racially or ethnically offensive, or encourages conduct that would be considered a criminal offense, give rise to civil liability, violate any law, or is otherwise inappropriate; (iv) post advertisements or solicitations of business [...]“

(YouTube-Nutzungsbedingungen)

Zwischenfazit II

- ▶ von den „beschränkungs-fähigen Institutionen“ sind allenfalls die staatlichen irgendwie demokratisch legitimiert
- ▶ allerdings haben auch nur diese unmittelbare „Macht“ über den einzelnen Nutzer

Konzentrationsprozesse

Die üblichen Verdächtigen
im Web 2.0-Zeitalter

Schöne Neue Web 2.0-Welt?

03. Januar 2007

[Druckversion](#) | [Versenden](#) | [Leserbrief](#)

COMMUNITY-MILLIONENDEAL

Schrift: 

Holtzbrinck schnappt sich StudiVZ

Von *Christian Stöcker*

Jetzt hat das Community-Fieber Deutschland erreicht: Das größte deutsche Online-Studentennetzwerk StudiVZ hat den Besitzer gewechselt. Nach Informationen von SPIEGEL ONLINE ging das Community-Angebot für bis zu 100 Millionen Euro an die Holtzbrinck-Gruppe - trotz der Kritik, die StudiVZ in den vergangenen Monaten ab

Hamburg - Mindestens ein weiterer Verkaufsvorgang unterliegt dem üblichen Verkaufsverfahren unterliegen, am Ende Zuschlag: StudiVZ, die Studenten-Community mit über 10 Millionen Mitgliedern, ging nach Informationen von SPIEGEL ONLINE für rund 100 Millionen Euro an die Verlagsgruppe Holtzbrinck. Das "Handelsblatt" und "Die Zeit" berichteten, dass Holtzbrinck den Kaufpreis nicht besteuert hat. SPIEGEL ONLINE zufolge liegt der Kaufpreis unter 100 Millionen Euro. Holtzbrinck ist bereits als Minderheitsseigner bei StudiVZ

Der gestern vollzogene Verkauf ist der größte der Branche. Das Geschäft mit dem sogenannten Web 2.0 ist voll im Gange. Der Kritik, der sich StudiVZ im letzten Jahr

STUDI VZ: DEUTSCHLANDS GRÖSSTER



Fotosharing starten: Klicken Sie auf ein

VERLAGSGRUPPE
GEORG VON HOLTZBRINCK

NEWS 03.01.2007 15:38

 << Vorige | Nächste >>

Holtzbrinck schluckt Studentenportal StudiVZ [Update]

Das Studentenportal [StudiVZ](#) wurde zu Jahresanfang von der Verlagsgruppe [Holtzbrinck](#) übernommen. Über den Kaufpreis machen die Unternehmen offiziell keine Angaben; laut [Spiegel](#) wurden für die Social-Networking-Site mehr als 100 Millionen Euro bezahlt, der [Focus](#) will zudem erfahren haben, dass der Axel-Springer-Verlag in letzter Minute sogar noch 120 Millionen Euro geboten hatte, aber nicht mehr zum Zuge kam. Die Betreiber selbst [bezeichnen](#) den Bericht, es seien 100 Millionen Euro gezahlt worden, dagegen als "total überzogen".

Das Berliner Startup StudiVZ wurde erst im Oktober 2005 gegründet und hat nach eigenen Angaben über eine Million aktive Nutzer im deutschsprachigen Raum. Bereits im vergangenen Jahr war Holtzbrinck zusammen mit anderen Investoren bei dem Portal eingestiegen, nun hat der Konzern sämtliche Anteile des Unternehmens übernommen.

Besitzverhältnisse

- MSN adCenter | adcenter.msn.com
- MSN Advertising | advertising.msn.com
- MSN Astrology with astrocenter.com | astrocenter
- MSN Autos | autos.msn.com
- MSN Calendar | calendar.msn.com
- MSN Careers with careerbuilder.com | careers
- MSN Firewall
- MSN Games | zone.msn.com
- MSN Greetings | greetings.msn.com
- MSN Groups | groups.msn.com
- MSN Health & Fitness | health.msn.com
- MSN Hot List | hotlist.msn.com
- MSN House and Home | lifestyle.msn.com
- MSN Kids | kids.msn.com
- MSN Life | life.msn.com
- MSN Lifestyle | lifestyle.msn.com
- MSN Maps & Directions | mappoint.msn.com
- MSN Member Center | membercenter.msn.com
- MSN Member Directory | members.msn.com
- MSN Money | moneycentral.msn.com
- MSN News with MSNBC | msnbc.msn.com
- MSN Newsletters | newsletters.msn.com
- MSN Privacy | privacy.msn.com
- MSN PC Safety & Security | security.msn.com
- MSN Real Estate | realestate.msn.com
- MSN Sports by FOX Sports | msn.foxsports.com
- MSN Services | join.msn.com
- MSN Shopping | shopping.msn.com
- MSN Soapbox | http://soapbox.msn.com
- MSN Tech and Gadgets | tech.msn.com
- MSN Travel | travel.msn.com
- MSN Virtual Earth
- MSN VirusScan
- MSN Weather | weather.msn.com
- MSN White Pages - powered by whitepages.com
- MSN Women (Now, MSN Lifestyle) | lifestyle.msn.com
- MSN Worldwide | msn.com/worldwide
- MSN Yellow Pages | yellowpages.msn.com
- My MSN | my.msn.com



OL and via its Web Properties Gr

- Advertising.com.
- CompuServe (Classic, 2000 an
- Mirabilis, makers of the ICQ inst
- MapQuest, a WWW map and di
- Netscape, a web portal and bro
- Nullsoft, a software developme
- Singhnet, an audio and video ec
- Weblogs, Inc. A network of web



- MySpace - Social networking website. (Acquired thr
- Grab.com - Entertainment/Games. (Acquired thro
- IGN Entertainment - Internet entertainment portal (In
- Movielink (20%) - Online movie downloads joint Ve
- TeH Internet - Entertainment website.
- Indya.com - India's no. 1 Entertainment Portal
- What if Sports.com
- Scout.com
- Sibeliusmusic.com
- Jumptheshark.com owned through stake in Gemsta
- News Digital Media
 - News.com.au - Australian-oriented news web
 - CareerOne.com.au
 - CarsGuide.com.au
 - HomeSite.com.au
 - in2mobi.com.au
 - TrueLocal.com.au
- Real estate.com.au (69%)
 - Casa.it (59.4%), Sky Italia also holds a 30.6% st
 - Propertyfinder.com (50%), News Corp holds the
- New Zealand
 - DVD Unlimited - leading online DVD subscriptio



Das Google-Imperium



Vinton G. Cerf

The classic multi-colored Google logo, with 'G' in blue, 'o' in red, 'o' in yellow, 'g' in blue, 'l' in green, and 'e' in red.

A screenshot of the Google homepage services menu, showing various tools and services available to users. The items are arranged in two columns and include icons and brief descriptions.

- Alerts**: Get email updates on the topics of your choice
- Blog Search**: Find blogs on your favorite topics
- Book Search**: Search the full text of books
- Catalogs**: Search and browse mail-order catalogs
- Checkout**: Complete online purchases more quickly and securely
- Desktop**: Search and personalize your computer
- Directory**: Browse the web by topic
- Earth**: Explore the world from your PC
- Finance**: Business info, news, and interactive charts
- Errogle**: Shop for items to buy online and at local stores
- Images**: Search for images on the web
- Local**: Find local businesses and get directions
- Maps**: View maps and get directions
- News** - now with **archive search**^{new!}: Search thousands of news stories
- Patent Search**^{new!}: Search the full text of US Patents
- Scholar**: Search scholarly papers
- Specialized Searches**: Search within specific topics
- Toofbar**: Add a search box to your browser
- Video**: Search TV programs and videos
- Web Search**
- Code**: Download APIs and open source code
- Co-op** - now with **Custom Search Engine**^{new!}: Contribute your expertise and customize the web search experience
- Labs**: Explore Google's technology playground

Communicate, show & share

- Blogger**: Share your life online with a blog – it's fast, easy, and free
- Calendar**: Organize your schedule and share events with friends
- Docs & Spreadsheets**: Create and share your projects online and access them from anywhere
- Gmail**: Fast, searchable email with less spam
- Groups**: Create mailing lists and discussion groups
- Picasa**: Find, edit and share your photos
- SketchUp**: Create 3D models for Google Earth
- Talk**: IM and call your friends through your computer
- Translate**: View web pages in other languages

Go mobile

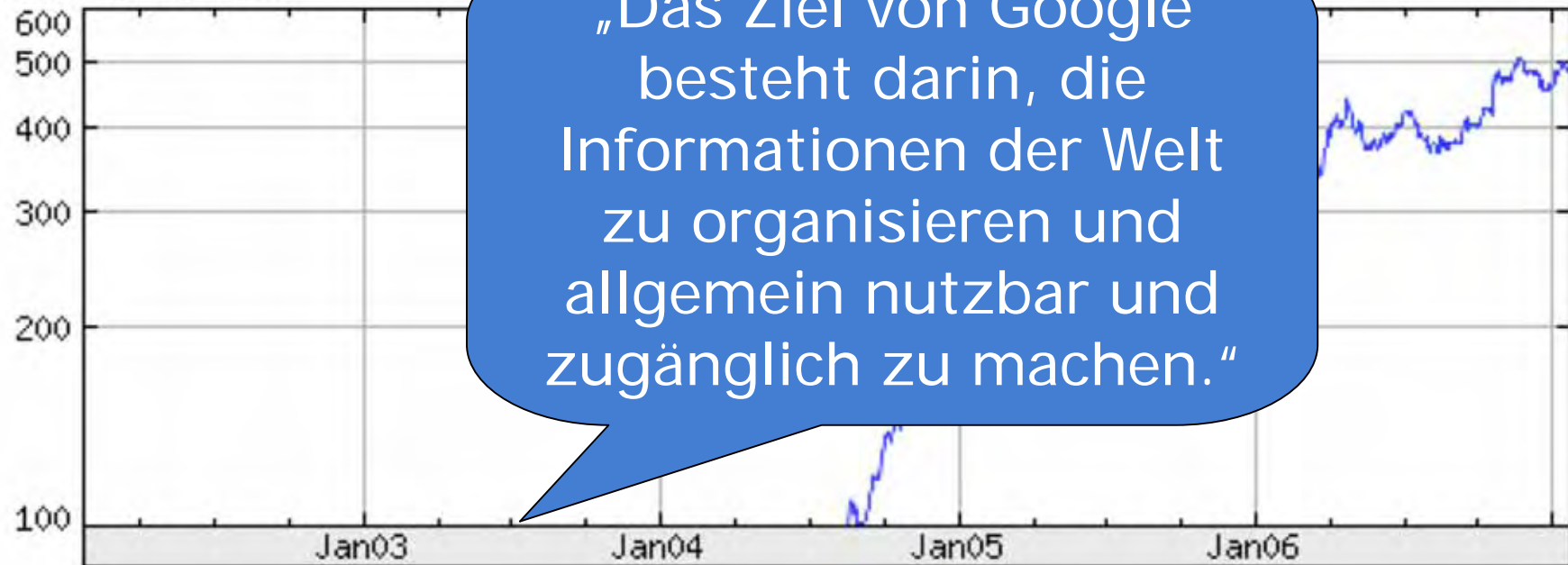
- Maps for mobile**: View maps and get directions on your phone
- Mobile**: Use Google on your mobile phone
- SMS**: Use text messaging for quick info

Make your computer work better

- Pack**: A free collection of essential software
- Web Accelerator**

Das Google-Imperium

GOOGLE INC CL A
as of 19-Jan-2007



„Das Ziel von Google besteht darin, die Informationen der Welt zu organisieren und allgemein nutzbar und zugänglich zu machen.“

(Google-Unternehmensphilosophie)

Google AdWords



Web Bilder Groups News Froogle Mehr »

web 2.0

Suche

[Erweiterte Suche](#)
[Einstellungen](#)

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland

Web

Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 571.000.000 für web 2.0. (0,05 Sekunden)

[Web 2.0](#)

www.heise.de/iX-special

Fragen zum **Web 2.0**? Im iX Special 01/2007 finden Sie alle Antworten

Anzeigen

[Der Web 2.0-Kongress](#)

chance-web2-0.typepad.com

Für Entscheider aus PR, Werbung & Kundenmanagement am 25.9. in Köln

Anzeigen

[Web 2.0-Hype oder Chance?](#)

Professionelle Umsetzungsstrategien für Ihr Unternehmen.

www.pironet-ndh.com

[Web 2.0 App Development](#)

Use NXJ Developer to quickly build Rich Internet and SOA applications

www.guptaworldwide.com

[VSone 13-14 Feb07 München](#)

Konferenz & Ausstellung Praxis & Zukunft von Microsoft Visual Studio

www.vsone.de

[Videotausch Software](#)

Neue Portal-Idee? Wir entwickeln Ihre Plattform zum Festpreis.

Web2.0-Software.com

[Take the AJAX Tour](#)

Create **Web** interfaces with Grid Reporting, & WebBar components.

www.componentone.com

[web-zweinull » Was ist web 2.0?](#)

News, Berichte, Meinungen und Interessantes rund um das neue Internet und **web 2.0**.

web-zweinull.de/index.php/was-ist-web-2/ - 29k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Web 2.0 Quellensammlung | Dr. Web Weblog](#)

Web-2.0-Spot ist ein Netzwerk von deutschsprachigen Blogs zum **Web 2.0**. ... Die gefundene

Web 2.0 Quellensammlung im Dr. **Web** Weblog halte ich jedoch für sehr ...

www.drweb.de/weblog/weblog/?p=457 - 40k - 20. Jan. 2007 - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Was ist Web 2.0?](#)

Am 30.09.2005 veröffentlichte Tim O'Reilly vom gleichnamigen Verlag seinen

richtungsweisenden Artikel "What is **Web 2.0**". Im April 2006 wurde ich von Mr. ...

twozero.uni-koeln.de/content/e14/index_ger.html - 17k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Web 2.0: Phantom oder Phänomen? | Panorama | Deutsche Welle ...](#)

Sie gehörten zur New Economy wie das Risikokapital: Typische Hype-Begriffe wie.

www.dw-world.de/dw/article/0,2144,1790308,00.html - 35k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Datenkrake Google

The screenshot shows a Google search history page titled "Suchprotokoll (Beta) für". On the left, there is a sidebar with "Suchprotokoll" and various filters like Web, Bilder, News, Froogle, Sponsored Links, Video, and Karten. The main content area shows search history for "8. Jan. 2007" and "7. Jan. 2007". A blue callout box is overlaid on the page, containing text about cookies. To the right, there is a "Suchaktivität" calendar and a bar chart showing search activity by day of the week.

Suchprotokoll (Beta) für

Suchprotokoll

- Web
- Bilder
- News
- Froogle
- Sponsored Links
- Video
- Karten

Alle auswählen
Pausieren
Einstellungen
Elemente entfernen

Trends

Lesezeichen
Lesezeichen hinzufügen

8. Jan. 2007

caroline k
UN cha
"Nation
carolin
7. Jan
w-bew
UN Charta
Charta der Verei
de.wikipedia.org

Suchvorgänge ohne z
"Baumgärtner" "s
Bedeutungsfeldes"

Suchaktivität
Jan. 2007

D	M	D	F	S	S
2	3	4	5	6	7
8	10	11	12	13	14
15	17	18	19	20	21
23	24	25	26	27	28
30	31	1	2	3	4

Heute, 22. Jan.

6 - 10 11 - 20 21+

Anfragen insgesamt: 244

Suchaktivität

Mo.	Di.	Mi.	Do.	Fr.	Sa.	So.
11	22	39	60	58	11	11

« Neueste » « Neuere » Ältere » Älteste »

(Google-Datenschutzrichtlinien)

Google Analytics



Zwischenfazit III

- ▶ wenige große Anbieter auch von traditionellen Stellen besser zu kontrollieren
- ▶ wenn Wissen Macht ist, ist Google auf dem Weg zur Allmacht, gefolgt von seinen Konkurrenten

Reaktionen

Reaktionen

- ▶ Web-Kampagnen:
z.B. google-watch.org,
noluv4google.com



Reaktionen

- ▶ FLOSS-Bewegung
(free/libre open source software)



Reaktionen

- ▶ **Quaero/Theseus als „Eurogoogle“:** deutsch-französisches Konsortium plant(e), mit 400 Mio. € innerhalb von fünf Jahren eine eigene Suchmaschine aufzubauen

19. Dezember 2006

[Druckversion](#) | [Versenden](#) | [Leserbrief](#)

DEUTSCH-FRANZÖSISCHE SUCHMASCHINE

Schrift:

Quaero ist geplatzt

Von *Christian Stöcker* und *Holger Dambeck*

Die europäische Antwort auf Google sollte Quaero sein - doch aus dem deutsch-französischen Suchmaschinenprojekt wird wohl nichts. Inzwischen basteln die Deutschen quasi allein an etwas Neuem: Theseus. Und Europa droht im Wettlauf mit Google und Yahoo ein Hightech-Fiasko.

In Frankreich ist man auf Google nicht gut zu sprechen. Die Grande Nation lässt auf verschiedenen Ebenen immer wieder Vertreter vor der kulturellen Dominanz der Suchmaschinen aus Kalifornien

Fazit

- ▶ Online-Machtstrukturen hängen wesentlich von Offline-Machtstrukturen ab
- ▶ Gleichberechtigung herrscht allenfalls zwischen denen, die „drin“ sind (→ Agora-Prinzip)
- ▶ Macht verlagert sich von traditioneller Bühne zunehmend hin zum Markt
- ▶ Die Google-Welt wird regiert von - Google!

Quellen

- ▶ Chadwick, Andrew (2006): *Internet politics*. Oxford: OUP.
- ▶ Eimeren, Birgit van / Frees, Beate (2006): „Schnelle Zugänge, neue Anwendungen, neue Nutzer?“ ARD/ZDF-Online-Studie 2006. *Media-Perspektiven* 8/2006. 402-415.
- ▶ Fox, Susannah (2005): *Digital Divisions*. Washington: Pew Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org>
- ▶ Gerhards, Maria / Mende, Annette (2006): „Offliner: Vorbehalte und Einstiegsbarrieren gegenüber dem Internet bleiben bestehen.“ ARD/ZDF-Online-Studie 2006. *Media-Perspektiven* 8/2006. 416-430.
- ▶ Reinhold, Gerd (³1997): *Soziologie-Lexikon*. München: Oldenbourg
- ▶ van Dijk, J. / Hacker, K. (2003): „The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon.“ *Information Society* 19(4). 315-326.