

Vorjahr eine Steigerung von 38 Minuten bedeutete. Anzunehmen ist, dass die Zahlen inzwischen weit höher liegen. Das Bild der permanent auf ihre Smartphones starrenden Südkoreaner ist damit kein Klischee, sondern entspricht unübertrieben der Realität.



Ok-Hee Jeong

Da der Begriff *Social Media* oft sehr schwammig verwendet wird, an dieser Stelle eine kurze Definition: Im Folgenden wird *Social Media* verwendet als Überbegriff für Medien, in denen Internetnutzer:innen ihre Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen oder Informationen austauschen und Wissen sammeln. Social Networks, Weblogs, Microblogs, Wikipedia und Foto- und Videoplattformen gelten ebenso als typische Vertreter sozialer Medien wie Chats und Diskussionsforen, virtuelle Kontakt- und Tauschbörsen und bestimmte Apps zur Kommunikation und Bewertung.

Wie werden diese sozialen Medien in Südkorea nun hauptsächlich genutzt? Zentrale Aspekte sind Informationsbeschaffung (99 %) und Kommunikation (97,5 %), einschließlich das Sich-Informieren über die online verknüpften Freundeskreise sowie das Reagieren aufeinander. 63,6 % der Südkoreaner halten Informationen, die sie aus den Social Media haben, für glaubwürdig; ebenfalls 63 % haben das Gefühl, über die sozialen Netzwerke frei ihre Meinung äußern zu können, was die Social Media zugleich über ihren Informations- und Vernetzungsaspekt hinaus zu einem wichtigen Instrument des demokratischen Grundsatzes der Redefreiheit macht.

Warum aber hat ausgerechnet Südkorea eine so enorme Technikaffinität? Wer die rasante IT-Entwicklung und große Liebe zur Technik verstehen will, muss einen Blick zurück auf die Asienkrise 1997/98 werfen. Deren Überwindung ist in Südkorea eng damit verknüpft, dass die demokratische Regierung von Kim Dae-jung (1998-2003) ihr einen neuen wirtschaftspolitischen Schwerpunkt entgegengesetzte: die IT-Technologie. Hohe staatliche Förderung von Existenzgründungen im IT-Bereich, genauer für Informations- und Kommunikationstechnologien, sowie in der Medienindustrie, vergünstigte Tarife für Telekommunikation, kostenlose Computerkurse für Frauen waren Teil eines umfassenden Maßnahmenkatalogs. Der Kauf und damit die Nutzung von Computern wurde intensiv gefördert, alle Schulen erhielten Breitbandzugang zum Internet und alle Klassenräume

und Lehrerzimmer wurden mit Computern ausgestattet. Diese neuen Ansätze der Wirtschaftspolitik Südkoreas waren in der Tat ein voller Erfolg und führten zur digitalen Revolution des gesamten Landes, wie sich etwa an den steigenden Zahlen der Internetnutzung zwischen 1998 (14.000) und 2002 (über 10 Mio.) ablesen lässt.

Social Media als willkommenes Korrektiv und Instrument der Öffentlichkeit

Um die große und auch zwiespältige Rolle der Social Media in Südkorea zu verstehen, ist es hilfreich, sich die Bedeutung der herkömmlichen Medien im Land vor Augen zu führen. Es gibt im Wesentlichen drei große Zeitungen: die *Chosun Ilbo*, die *JoongAng Ilbo* und die *Dong-A Ilbo*. Zusammen haben sie einen Marktanteil von 70 %, zudem folgen sie derselben politischen Ausrichtung (rechtskonservativ). Damit haben sie einen enormen Einfluss auf Politik und Öffentlichkeit: Sie definieren politische Belange und die öffentliche Themensetzung nahezu allein. Problematisch jedoch ist insbesondere ihre extreme Nähe zur Regierung: Sie gelten zu Recht als die mächtigsten Instrumente südkoreanischer Politik und sind damit keine Kontrollinstanz des Staates im Sinne einer notwendigen „vierten Gewalt“, sondern Verbündete der konservativen Kräfte.

Cyber-Wahlskandal 2012

- Astroturfing (Vortäuschen von Grassroots-Bewegung bzw. Basisbewegung) durch die sogenannten Internettrolle.
- Die Internettrolle bei diesem Skandal:
 - Abteilung für psychologische Kriegsführung des südkor. Geheimdienstes: Rund 70 Agenten unter der Leitung des Geheimdienstchefs Won Sei-Hoon
 - Einheit 530 der militärischen Cyberabteilung: 120 Soldaten unter dem Kommando von Yeon Jae-Wool und Ok Do-Gyoung
 - Organisation „Shibaldan“ (Kreuzzugs-Trolle) unter der Leitung vom Pastor Yoon Jung-Hoon
 - Vom Geheimdienst angeheuerte Internettroll-Jobber

Der Korruptionsskandal um die südkoreanische Präsidentin Park Geun-hye (jahrzehntelang soll Choi Soon-sil, eine Freundin der Präsidentin, Einfluss auf die Regierungsarbeit genommen haben, ohne offiziell ein Amt zu bekleiden, was zahlreiche Proteste der Bevölkerung und die Forderung nach dem Rücktritt Parks sowie schließlich ein Amtsenthebungsverfahren zur Folge hatte) macht die Manipulation und Einflussnahme der drei Großen auf die Öffentlichkeit besonders deutlich: Die Vorwürfe gegen Park waren bereits Mitte September 2016 bekannt; in besagten Zeitungen gab es dennoch einen Monat lang zunächst keine Berichterstattung, dann nur zu weitaus geringeren Anteilen als in den kleineren, unabhängigen Medien. Dass nur regierungskonforme Nachrichten an die Öffentlichkeit gelangen, wird in „öffentlich-rechtlichen“ Einrichtungen, wie etwa auch dem Fernsehsender *KBS (Korean Broadcasting System, die größte Rundfunkanstalt Südkoreas)* u. a. mit unrechtmäßigen Praktiken wie gezielten Fragen nach Regierungsloyalität und politischer Gesinnung der Journalist:innen in ihren Einstellungstests erreicht (etwa „Was denken Sie über die Linken?“, „Stehen Sie zu der in der vierten Strophe der südkoreanischen Hymne besungenen Loyalität?“ „Werden Sie in die Gewerkschaft eintreten?“).

Angesichts dieser deutlich einseitig agierenden Medienlandschaft Südkoreas lässt sich plausibel erklären, warum sich Ende der 90er-Jahre mit dem Zugang zum Internet rasch eine alternative Öffentlichkeit herauszubilden begann, mit der sich auch alternative Informationskanäle langfristig etablieren konnten, wie die Erfolgsgeschichte der Bürgerzeitung *OhmyNews* zeigt: In den letzten Tagen vor der Wahl 2012 wurde sie täglich über 10 Millionen Mal aufgerufen.

Ein zweiter Faktor, der die tragende Rolle der sozialen Medien in Südkorea maßgeblich vorangetrieben hat, ist das 2009 von der rechtskonservativen Regierung erlassene neue Mediengesetz, das u. a. den großen Zeitungshäusern den Einstieg in den Fernsehmarkt ermöglichte und daher zu großem Protest von Öffentlichkeit und Opposition geführt hatte. Kritiker befürchteten, die drei großen, ohnehin bereits sehr einflussreichen Zeitungen könnten den Medienmarkt so völlig entdemokratisieren. In der Tat ist seither ein Rechtsruck sowohl in der Medienlandschaft als auch in der Bevölkerung festzustellen. Man verurteilt zunehmend Demokratiebewegungen als „nordkoreanische Machenschaft“ und schürt gezielt Ängste vor einem Angriff durch den Nachbarstaat. Nie zuvor wurde so viel über Nordkorea als Aggressor berichtet, gegen den es sich zu wappnen gilt – ebenso wie im Übrigen gegen die linken (und damit pronordkoreanischen) Kräfte im eigenen Land. Gezielt verschwiegen werden dagegen etwa Korruptionsfälle der Großunternehmen südkoreanischer Politiker:innen oder weitreichende Fälle von Machtmissbrauch durch die Regierung wie die Auflösung und das Verbot der linken Partei UPP ohne Abstimmungsverfahren oder der inzwischen aufgedeckte Fall von Dokumentenfälschungen zu einem angeblich nordkoreanischen Geheimagenten durch den südkoreanischen Geheimdienst. Ganz klar muss den (Staats-)Medien damit ein Machtkartell des Schweigens vorgeworfen werden; die Pressefreiheit, wesentlicher Bestandteil einer intakten Demokratie, ist insbesondere unter Präsidentin Park Geun-hye massiv untergraben worden, wie auch die aktuelle Rangliste der *Reporter ohne Grenzen* aufzeigt, laut der Südkorea im Laufe ihrer Amtszeit auf den 70. Rang (von 180) zurückgefallen ist.

Fokus Kerzenscheindemonstration, Wahlkampf und das Schiffsunglück der *Sewol*

Dieser Einblick in die traditionelle Medienlandschaft Südkoreas macht die gestörte Demokratie des Landes deutlich und erklärt, warum die sozialen Netzwerke hier so rasant eine so große Bedeutung einnehmen konnten und auch, welche Rolle sie heute spielen. Wie der Staat mithilfe der Social Media die Bürger manipuliert und lenkt, wie unentbehrlich andererseits jedoch die Rolle der Social Media als eine „fünfte Gewalt“ in dieser defekten Demokratie ist, soll anhand einiger Beispiele beleuchtet werden.

Ein wichtiges Ereignis für die heute bedeutende Rolle der sozialen Medien als Instrument der Bevölkerung zur (auch) politischen Vernetzung war die sogenannte Kerzenscheindemonstration, die erstmals am 17. April 2008 stattfand und sich gegen die neuen, weniger strengen Importregelungen von Fleisch aus den USA und hiervon ausgehend generell gegen das geplante Freihandelsabkommen mit den USA richtete. Zehntausende Koreaner protestierten mehrere Monate von April an landesweit, noch heute gibt es Demonstrationen, deren politische Botschaften sich inzwischen erweitert haben und die aktuell den Rücktritt der Präsidentin aufgrund des bereits erwähnten Korruptionsskandals fordern. Hinter den Protesten standen von Anfang an keine führenden Organisationen, sondern die Demonstrant:innen hatten sich über die sozialen Medien, v. a. das Netzwerk *Agora*, zusammengefunden, d. h. es hatte sich erstmals eine große Öffentlichkeit online formiert, die sich dann physisch, offline, in Kundgebungen zeigte.

Kerzenscheindemonstration 2008



Ähnlich bemerkenswert war die Rolle der sozialen Medien im Wahlskandal von 2012: Schon während des Wahlkampfes wurde bekannt, dass der südkoreanische Geheimdienst *NIS* und die Cybereinheit der südkoreanischen Armee illegal und verdeckt Wahlkampf für Parks Sieg betrieben. Rund 70 Agent:innen der Abteilung für psychologische Kriegsführung und rund 120 Soldaten der militärischen Cybereinheiten hatten Millionen Tweets und Kommentare verfasst, um den Gegenkandidaten zu diskreditieren. Brisant ist dies auch angesichts der Tatsache, dass der Wahlsieg von Park mit 51,5 % der Stimmen sehr knapp ausfiel. Kleine unabhängige Medien enthüllten den Skandal, der sich wiederum über die sozialen Netzwerke rasch verbreitete. Erst durch den so entstehenden öffentlichen Druck kam es zu einem Ermittlungsverfahren (welches jedoch auf Grund des angeordneten Rücktritts des Generalstaatsanwalts zum Erliegen kam).

Als wichtigste Zäsur des Wandels der südkoreanischen Gesellschaft gilt jedoch das Schiffsunglück der *Sewol* am 16. April 2014, bei dem 304 Menschen vor der südkoreanischen Küste ums Leben kamen, darunter 250 Schüler:innen. Am Unfalltag

Ok-Hee Jeong

Ok-Hee Jeong arbeitet als freie Journalistin in Berlin. Ihre Themenschwerpunkte sind Politik und Gesellschaft Südkoreas. Ihr erster Dokumentarfilm *SEWOL* wurde 2015 fertiggestellt und hatte Ende 2016 Premiere in Deutschland. Zurzeit arbeitet sie an ihrem zweiten Dokumentarfilm über Liebe im Alter bei gleichgeschlechtlichen Paaren.

berichteten die großen Medien zunächst geschlossen über die Rettung aller Passagiere; als schließlich die Zahlen der mit dem Schiff Gesunkenen bekannt wurde, war in den folgenden Tagen propagandahaft von einem großen Ausmaß an Rettungsaktionen die Rede, von zahlreichen Rettungskräften, die rund um die Uhr im Einsatz seien, von zahlreichen Helikoptern und Schiffen. Als die Eltern selbst an den Unfallort fuhren, stellte sich jedoch heraus, dass es keine Rettungsaktionen gab. Über die sozialen Medien kämpften die Eltern um Verbreitung der Wahrheit, gaben aus Protest ausschließlich ausländischen Reportern Interviews und über *Facebook* ließ sich weltweit die Situation auf der Insel Jindo verfolgen, wo die Angehörigen auf die Rettung der Verunglückten warteten, wie sie am 20. April mit einem Protestmarsch Richtung Seoul gegen die Untätigkeit der Regierung demonstrierten, durch die südkoreanische Polizei blockiert wurden und teilweise in Hungerstreik traten. Beeindruckend war, wie rasch sich eine solidarische Öffentlichkeit über die sozialen Medien bildete, was u. a. Solidarkundgebungen und kritische Berichterstattungen im Ausland zur Folge hatte, die wiederum über die sozialen Netzwerke auch in Korea Verbreitung fanden. Deutlich zeigt sich an diesem Beispiel einerseits, wie sich die Social Media spätestens jetzt als Alternative zu den einflussreichen staatsnahen Medien etablierten und sich andererseits auf diesem Wege auch eine noch heute bestehende Solidargemeinschaft herausbilden konnte, wie sie sich bei anderen Themen etwa auch vermehrt in Online-Petitionen niederschlagen. In Reaktion auf die umfassende eigenmächtige Verbreitung der Informationen durch die Betroffenen und ihre Unterstützer begann jedoch auch die Regierung um die Präsidentin, die sozialen Medien zu ihren Zwecken zu nutzen, verbreitete gefälschte Fotos der Angehörigen oder Falschmeldungen, etwa um einen hungerstreikenden Vater gezielt zu diskreditieren. Die sozialen Medien werden so also gleichermaßen zu einem Machtinstrument des Volkes wie der Regierung. Erst vor wenigen Monaten ist ein expliziter Plan der Regierung bekannt geworden, wie die sozialen Medien für die öffentliche Meinungsbildung zu nutzen seien.

Social Media zwischen „fünfter Gewalt“ und staatlichem Machtinstrument

Diese Beispiele zeigen einerseits eindrücklich, wie das Internet immer mehr an Bedeutung gewinnt – für die Informationsbeschaffung und Kommunikation der südkoreanischen Bevölkerung ebenso wie als essenzielle Grundlage für eine alternative Medienlandschaft ist es nicht mehr wegzudenken, genauso wenig wie für das Verbreiten gezielter politischer Propaganda durch die Regierung. Damit einher geht andererseits aber auch eine Informationsflut – schnell ist im Netz eine Behauptung aufgestellt und genauso schnell ist sie verbreitet. Was diese Beispiele nämlich auch zeigen, ist, wie schnell über soziale Medien eine Welle losgetreten werden kann, die im schlimmsten Falle sogar in *Shit Storms* mündet. Ein Kommentar kann Leben zerstören, genauso wie er weltberühmt machen kann, wie etwa der südkoreanische Sänger Psy mit dem Lied *Gangnam Style* bewiesen hat. Wenn wir optimistisch glauben, das Internet würde eine neue Objektivität widerspiegeln, dürfen wir dabei jedoch nicht außer Acht lassen, dass seine Algorithmen sich gleichermaßen manipulieren lassen wie die Nachrichten selbst – inzwischen ist nicht nur

in Südkorea eine eigene Branche entstanden, die diese Manipulationen als Dienstleistung anbietet. Besonders im Online-Marketing werden mit angeheuerten Internet-Trollen in Südkorea Grenzen in einem Ausmaß überschritten, von dem wir in Deutschland kaum eine Vorstellung haben. Umfassende Manipulation der sozialen Medien – etwa bei *YouTube* sich die Anzahl der Klicks erkaufen zu können – ist längst Realität. Südkoreanische Suchportale wie *Naver* oder *Daum.net* werden scharf kritisiert auf Grund der Manipulation ihrer Algorithmen, die gezielt beeinflussen können, welche Nachrichten in den Hitlisten landen und welche in der Fülle der Information untergehen, und die damit eine nie dagewesene Informationshoheit innehaben. Wie die letzten beiden der drei ausgeführten Beispiele zeigen, weiß sich längst auch die südkoreanische Politik der Macht des Internets und der Social Media zu bedienen.

Dass Südkorea jedoch hier kein Einzelfall ist, zeigen Beispiele aus China (Ghostwriter der *Internet Water Army*), Russland (Putins Internet-Trolle) ebenso wie aus Deutschland (der Manipulationsversuch der Öffentlichkeit durch die Deutsche Bahn vor ihrem Börsengang im Jahr 2009, in den über eine Million Euro investiert worden war). Das sogenannte *Astrourfing* – das künstliche Nachbilden von Graswurzelbewegungen mithilfe eingekaufter Kommentare, Likes und eigener Texte zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung oder zu kommerziellen Zwecken – hat sich längst so weit verbreitet wie das Internet selbst. Je intensiver man sich mit dem Thema Social Media und ihrer gesellschaftlichen und politischen Rolle beschäftigt, desto mehr wird der anfängliche Mythos der Netzoptimisten entzaubert. Ob Social Media als „fünfte Gewalt“ Staatskorrektiv oder staatliches Machtinstrument ist, lässt sich freilich nicht pauschal beantworten – beides ist jederzeit möglich und liegt in den Händen aller, die Social Media nutzen und sie auch kritisch nutzen müssen. Erinnern sollten wir uns daher immer wieder neu an Evgeny Morozovs Feststellung, Informationstechnik sei weder als Technik der Freiheit noch als Technik der Tyrannei zu betrachten, sondern in erster Linie als Technik der Macht, die sich in bestehende oder entstehende Machttechniken einschaltet.

Der Fall Südkorea ist dennoch ein hoffnungsvoller, wie die beeindruckenden Kerzenscheindemonstrationen zeigen (<https://www.youtube.com/watch?v=cwISuNm4ODE>), denn einerseits sind zwar die alten Kräfte der Diktatur noch immer im Verborgenen und mit großer Macht aktiv, was ganz fundamental Südkoreas Demokratie untergräbt – insbesondere die junge Generation macht sich jedoch die Möglichkeiten der Vernetzung und Kommunikation über das Internet im ganz demokratischen Sinne zunutze, um sich umfassender zu informieren und gemeinsam für das Recht auf Meinungsfreiheit und Demokratie sowie gegen Korruption und Informationshoheit durch den Staat aufzustehen. Wenn der entstehende öffentliche Druck groß genug wird, um die an der Korruption um Präsidentin Park Beteiligten abzustrafen, wird eine echte Demokratie das defekte System Südkoreas ablösen können. Den aktuellen Umfragewerten zufolge liegt die Akzeptanz Parks unter den jungen Leuten derzeit bei 0 %, was noch einmal auf eine andere, eindrückliche Weise die Rolle der Social Media als Korrektiv in einer aufgeklärten und sich gegenseitig aufklärenden Gesellschaft besonders deutlich macht.

