

Wie verändert sich die politische Kommunikation durch das Internet?

Ergebnisse einer Langzeit-Panelstudie



GERHARD VOWE

Prof. Dr. Gerhard Vowe ist Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und Sprecher der DFG-Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“.

Leitfrage: Wie verändert sich die politische Kommunikation durch das Internet?

In einem medienhistorisch beispiellos kurzen Zeitraum hat sich ein breites Spektrum von Online-Medien herausgebildet, also von Medien, die Kommunikationsmöglichkeiten auf der Basis von vernetzten Computern eröffnen. Die Entwicklung ist längst nicht abgeschlossen, und ihre Dynamik wird durch immer neue Innovationen vorangetrieben. So ist die stationäre durch die mobile Nutzung des Internets ergänzt worden, ermöglicht durch zahlreiche *Apps* konkurrierender Plattformen.

Dies wirft unter politischem Aspekt zahlreiche Fragen auf, die sich in der leitenden Fragestellung dieses Beitrags bündeln lassen: Wie verändert sich die politische Kommuni-

kation der Bürger/-innen durch das Internet? Wie verändert sich insbesondere ihre Beteiligung an kollektiv bindenden Entscheidungen? Und sind diese Veränderungen so tiefgreifend und folgenreich, dass man von einem strukturellen Wandel der politischen Kommunikation sprechen kann?

Untersuchungsdesign: Profil einer Langzeitstudie zur individuellen politischen Kommunikation der Bevölkerung

Um diese Fragen zu beantworten, sind in einer Langzeitstudie die Veränderungen politischer Kommunikation umfassend und differenziert erfasst worden (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2011; 2012). Dabei konzentriert sich die Studie auf die individuellen politischen

Kommunikationsaktivitäten der einzelnen Bürger/-innen, und zwar auf drei Formen: politische Information, Diskussion zu politischen Themen und Partizipation an politischen Entscheidungen, jeweils in der Online- und in der Offline-Variante. Eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe wurde detailliert nach ihren politischen Kommunikationsaktivitäten befragt – vom Zeitunglesen bis zur Mitzeichnung elektronischer Petitionen. Außerdem wurden umfassend alle Variablen erfasst, die als mögliche Kausalfaktoren für Veränderungen wirken könnten. Die Studie war als Langzeitstudie angelegt, und zwar mit sieben Befragungswellen von 2002 bis 2009. Sie setzte zu einem Zeitpunkt ein, als sogenannte Soziale Online-Medien oder *Social Media* noch kein Thema waren; ab 2008 wurden auch sie berücksichtigt. In den Zeitraum der Studie fallen die hohen Zuwachsraten in der Internetnutzerschaft; die Daten zeigen also, wie sich die Mehrheit der Bevölkerung das Internet angeeignet hat und welche Folgen der Einstieg in den Handlungsweisen großer Bevölkerungsgruppen hatte. Diese Längsschnittanalyse erlaubt darüber hinaus die Beobachtung von Veränderungen der politischen Kommunikation auf Individualebene und von Kausalzusammenhängen, denn es ist eine Panelstudie: Dieselben Personen wurden bis zu siebenmal befragt.

Ergebnisse: Moderate Veränderungen der individuellen politischen Kommunikation durch das Netz

Welche Veränderungen der politischen Kommunikation werden nun in diesen sieben Jahren sichtbar? Insgesamt zeigen sich im Untersuchungszeitraum moderate Veränderungen

in der individuellen politischen Kommunikation durch das Internet. Zwar lassen sich durchaus Veränderungen im Verhalten der Bevölkerung nachweisen, diese fallen insgesamt aber eher milde aus. Das Netz hat keine durchschlagende Wirkung auf das Verhalten der Bevölkerung insgesamt.

Es finden sich signifikante Veränderungen bei der politischen Information (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2011: 115). So werden nunmehr regelmäßig und intensiv Online-Quellen zu politischen Themen genutzt: Nachrichtenseiten, auch Websites politischer Organisationen. Parallel dazu zeigt sich, dass insbesondere in jüngeren Altersgruppen zwar die Zeitungslektüre an Bedeutung verliert. Insgesamt jedoch nimmt die Nutzung politischer Informationen infolge der Internetnutzung zu.

Die verstärkte Information aus Online-Quellen geht einher mit leichten Zunahmen in der Intensität der politischen Diskussion zwischen den Bürger/-innen – sowohl von Angesicht zu Angesicht als auch über mediale Plattformen vermittelt (vgl. ebd.: 143).

Bezogen auf die Bevölkerung insgesamt nimmt auch die Intensität der politischen Beteiligung schwach zu – von einer breiten Mobilisierung durch das Netz kann aber nicht die Rede sein. Es ist nicht so, dass bislang politisch inaktive nun das Internet für Beteiligung nutzen. Nur ein sehr kleiner Anteil der Onliner artikuliert sich politisch im Netz (vgl. ebd.: 161).

Diese Veränderungen des politischen Kommunikationsverhaltens sind sozial unterschiedlich ausgeprägt. Es hängt entscheidend von Alter, Bildung und politischem Interesse ab, ob die Netzoptionen für politische Kommunikation genutzt werden.

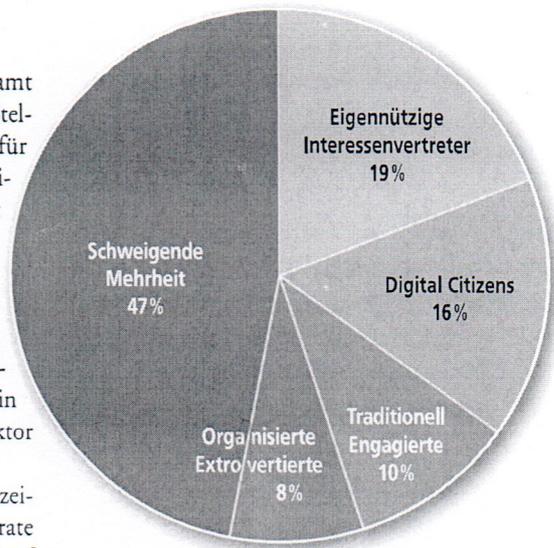
Moderat sind die Veränderungen insgesamt deshalb, weil der Gewohnheit ein großer Stellenwert zukommt. Dies gilt erst recht für politische Kommunikation, die für die meisten Menschen einen geringen Stellenwert hat. Individuen bleiben mit hoher Wahrscheinlichkeit bei ihren Verhaltensweisen, auch wenn sich Rahmenbedingungen ändern; denn jede Umstellung ist mit hohen Kosten verbunden. Die Habitualisierung des Kommunikationsverhaltens ist in entsprechenden Analysen deshalb der Faktor mit der größten Erklärungskraft.

Im Aggregat der Gesamtbevölkerung zeigen sich also in diesem Kontext nur moderate Veränderungen. Dies droht den Blick darauf zu verstellen, dass es Gruppen gibt, deren Verhalten von bisherigen Mustern stark abweicht. Es lohnt also ein genauerer Blick auf die Treiber der Veränderung, auf die Innovatoren, die ihre Gewohnheiten erst herausbilden. **Dieser Blick wird ermöglicht durch eine Bildung von Typen.**

Typenbildung: Muster der individuellen politischen Kommunikation in Deutschland

Die Daten der Langzeituntersuchung erlauben einen genaueren Blick auf einzelne Gruppen. Dies wird besonders deutlich, wenn man auf Grundlage der Daten Typen individueller politischer Kommunikation bildet.

Diese Typen von Bürger/-innen werden nicht aus theoretischen Annahmen deduziert, sondern induktiv aus den Ergebnissen der Repräsentativbefragung gebildet. Die befragten Personen werden durch statistische Verfahren danach gruppiert, wie ähnlich sie sich im Hinblick auf ihre politischen Kommunikationsaktivitäten sind.



Typen politischer Kommunikation (nach Emmer/Fütting/Vowe 2006; Emmer/Vowe/Wolling 2011; Fütting 2014)

Die Analysen führten zu fünf Typen: eine große, zwei mittelgroße und zwei kleine Gruppen. Jede Gruppe zeichnet sich durch ein spezifisches Aktivitätsprofil aus. Auf die *Eigennützig Interessensvertreter* (19%), die *Traditionell Engagierten* (10%) und die *Organisierten Extrovertierten* (8%) kann hier nicht eingegangen werden. Von größerer Bedeutung für unsere Fragestellung sind zwei andere Typen: die *Schweigende Mehrheit* und die *Digital Citizens*.

Schweigende Mehrheit: Generelle Distanz zu politischer Kommunikation

Etwa die Hälfte der deutschen Bevölkerung macht um jegliche politische Kommunikation einen weiten Bogen. Diese *Schweigende Mehrheit* bleibt über die Jahre hinweg stabil: Mal sind es 47, mal 53, mal 52 % der Bevölkerung. Individuen, die mit ihren Kommunikationsmustern in diese Gruppe fallen, haben wenig Interesse am politischen Teil der Tages-

zeitung, sie schauen nebenbei die *Tagesschau* und hören mit halbem Ohr im Auto die Nachrichten. Sie unterhalten sich auch wenig mit Kollegen, Verwandten oder Freunden über Politik; andere Themen sind drängender und kommunikativer. Ihre Teilhabe an politischen Entscheidungen reduziert sich auf die Teilnahme an Wahlen.

Die Gründe für diese generelle Distanz können vielfältig sein: Sie haben es früher nicht gelernt. Sie sind nicht davon überzeugt, dass man politisch etwas bewegen kann. Sie haben Schwierigkeiten, die Komplexität der Probleme zu reduzieren. Und vieles ist ihnen bei weitem wichtiger: Gesundheit, Kinder, Enkel, Nachbarschaft, Arbeitsbedingungen, Urlaub, Geld. Für diese ca. 50 % hat die Veränderung der Rahmenbedingungen für politische Kommunikation durch Online-Medien so gut wie keine Bedeutung. Diese Gruppe ist definiert durch ihre Abstinenz gegenüber politischer Kommunikation generell, nicht durch ihre Netz-Distanz. Aber wo nur ein rudimentäres politisches Interesse ist, werden auch die rasant gesunkenen Kosten für politische Information, Diskussion und Partizipation nichts an der Distanz zur Politik ändern. In diesem Segment gibt es keinerlei Anzeichen für eine politische Mobilisierung durch das Netz.

Das sozio-demographische Profil dieser Gruppe sieht so aus: Der Bildungsgrad ist niedriger als der Durchschnitt aller Befragten, das Alter ist höher. Darum sind die Verhaltensweisen bereits tief eingeschliffen. Denn je älter, desto verhaltener fallen Veränderungen von Kommunikationsweisen aus.

Digital Citizens: Kommunikation in der Online-Welt

Neu herausgebildet hat sich hingegen eine andere Gruppe – die *Digital Citizens*. Sie umfasst etwa 15 % der Bevölkerung – das sind mehr als zehn Millionen. Ihr herausstechendes Merkmal ist, dass ihre politischen Kommunikationsaktivitäten durch Online-Medien geprägt sind.

In diesem knappen Sechstel der Bevölkerung finden sich vor allem sogenannte *Digital Natives* (vgl. Prensky 2001), also netzaffine Angehörige der Jahrgänge 1980 und jünger, und zwar diejenigen dieser Jahrgänge, die nicht nur in der Online-Welt leben, sondern das Netz auch für politische Kommunikationsaktivitäten nutzen, zugleich aber die herkömmlichen Arten von politischer Kommunikation weitgehend meiden. Sie gehen seltener wählen, lesen kaum noch eine gedruckte Zeitung, schreiben keine klassischen Leserbriefe und besuchen auch keine Versammlungen. Vielmehr informieren sie sich hauptsächlich im Netz, sie unterhalten sich gelegentlich mit ihren *Facebook*-Freunden über Politik und sie nutzen das Netz für Partizipation, sie zeichnen also Online-Petitionen oder arbeiten in Organisationen mit, wenn das elektronisch ermöglicht wird. Mittlerweile können sie alle ihre Aktivitäten über ihre *Smartphones* integrieren – politische Kommunikation ohne Medienbruch. Um in diese Gruppe zu fallen, muss man kein Piratenfunktionär sein oder laufend Online-Kampagnen aufsetzen. Die Intensität des politischen Engagements ist in dieser Gruppe sehr unterschiedlich. Die politische Online-Kommunikation hat für die Lebenswelt der *Digital Citizens* einen unterschiedlichen Stellenwert. Bei den einen ist er größer, bei anderen kleiner. Aber es verbindet sie, dass sie online

kommunizieren, wenn sie politisch kommunizieren.

Wie kann man sich einen *Digital Citizen* vorstellen (vgl. Emmer/Vowe/Wolling 2011: 219; Fütting 2014)? Der Prototyp ist männlich, Anfang 30, mit dem Studium gerade fertig, noch ohne Kinder, bereits berufstätig, aber noch mit geringem Einkommen. Er ist politisch durchschnittlich interessiert, ist aber nicht an eine Partei gebunden. Vor allem ist er sehr davon überzeugt, dass sein eigenes Handeln politische Wirkung entfaltet. Auch deswegen ist er überdurchschnittlich zufrieden mit dem politischen System. Sein (Kommunikations-)Verhalten ist stärker von Kosten-Nutzen-Kalkülen geprägt. Zwar sieht auch er den Ertrag von politischen Kommunikationsaktivitäten im Regelfalle als nicht sonderlich hoch an, aber er beteiligt sich, wenn und solange der Aufwand durch die Inanspruchnahme des Netzes gering gehalten werden kann. Von seinen Wertorientierungen her ist er stark freiheitsorientiert. Gleichheit und Sicherheit sind nachrangig. Er orientiert sich an postmateriellen Werten wie Selbstentfaltung.

Wie kommt es zu diesem Verhaltens- und Einstellungsmuster? Von großer Bedeutung ist, dass die *Digital Citizens* wesentlich jünger sind als der Durchschnitt der Bevölkerung. Das Alter ist deshalb der Schlüssel zu ihrem Verhalten, weil das Ausmaß an Habitualisierung mit dem Alter zunimmt. Sie bilden ihre Verhaltensweisen erst aus. Sie wachsen mit dem Netz auf und entwickeln im und mit dem Netz ihre speziellen Kommunikationsformen. Ohne den Aufwand des Umlernens und der Umstellung können sie voll von den veränderten Rahmenbedingungen profitieren. Ebenfalls von großer Bedeutung ist, dass sie besser gebildet sind als der Durchschnitt.

Damit hängt auch zusammen, dass sie über die zeitlichen, kognitiven und sozialen Ressourcen verfügen, um sich zu engagieren.

Es ist also nicht so, dass die traditionelle politische Kommunikationselite sich der neuen Möglichkeiten im Online-Bereich auch noch bemächtigt und dadurch ihren Vorsprung gegenüber anderen vergrößert, sondern hier bildet sich ein neues Elitensegment heraus.

Vor allem in dieser Gruppe sind die Träger der neuen Lebensformen zu verorten, die sich mit der Digitalisierung der politischen Kommunikation herausgebildet haben. Die Daten zur sozio-demographischen Variablen und zu Einstellungen lassen Schlüsse auf die Vorstellungen und Lebensweisen zu. Stichworte sind: Individualisierung der Lebensentwürfe, globaler Horizont, ökonomisches Denken, hohe Mobilität, Vernetzung.

Die *Digital Citizens* werden sich mit dem Alter werden nicht mehr in traditionelle Formen der Kommunikation eingewöhnen, also nicht anfangen, gedruckte Zeitungen zu lesen oder Parteiversammlungen zu besuchen. Sie sind geprägt von ihren eigenen Gewohnheiten. Sicherlich werden sie in Maßen ihre Kommunikationsweisen verändern – aber das auf Basis und in Weiterentwicklung des Netzes. Denn wir stehen erst am Anfang der Entwicklung.

Zu Veränderungen der politischen Kommunikation kommt es also dadurch, dass nachrückende Generationen ihre eigenen Gewohnheiten in den neuen medialen Räumen erstmals ausbilden und dann beibehalten. Veränderungen kommen nicht dadurch zustande, dass alle Menschen ihr Verhalten unter dem Einfluss neuer Medien grundlegend ändern.

Politische Folgen der Veränderung politischer Kommunikation

Aus den Befunden ergibt sich also eine Gleichzeitigkeit von Beharrung und Veränderung im individuellen Kommunikationsverhalten. Die skizzierten Veränderungen der politischen Kommunikation sind so grundlegend, dass von einem strukturellen Wandel der politischen Kommunikation gesprochen werden kann. Hat dieser strukturelle Wandel nachhaltige politisch relevante Folgen? Für die Antwort ist die Unterscheidung von analytischen Perspektiven hilfreich.

Aus einer *Mikroperspektive* ist der strukturelle Wandel der politischen Kommunikation deshalb bedeutsam, weil sich die politischen Einstellungen der Bürger/-innen verändern, zum Beispiel ihre Vorstellungen von der eigenen politischen Wirksamkeit. Diese Einstellungsveränderung beeinflusst wiederum die Wahlentscheidungen und damit die Chancen der politischen Akteure.

Aus einer *Mesoperspektive* ist der strukturelle Wandel politischer Kommunikation deshalb politisch bedeutsam, weil er einen Machtverlust für etablierte Organisationen und Professionen bedeutet. Denn wenn man Macht versteht als das Privileg, „nicht lernen zu müssen“ (vgl. Deutsch 1963), dann hat der Strukturwandel zur Folge, dass etablierte mediale und politische Organisationen und auch Professionen wie Journalisten, PR-Verantwortliche und Berufspolitiker lernen müssen.

Aus einer *Makroperspektive* ist der strukturelle Wandel politischer Kommunikation deshalb politisch bedeutsam, weil es zu einem Wandel des Politischen führt. Denn die politische Kommunikation berührt nicht allein die öffentliche Darstellung, sondern auch die Herstellung von kollektiv bindenden Ent-

scheidungen. In der Politik sind Darstellung und Herstellung von Politik eng verwoben (vgl. Sarcinelli 2011). In einem demokratischen Kontext bedürfen kollektiv bindende Entscheidungen einer öffentlich erörterbaren Legitimität – darum ist politische Kommunikation von zentraler Bedeutung für die Politik. Der Wandel des kommunikativen Kontextes führt sicherlich nicht dazu, dass sich der Code des Politischen ändert (vgl. Luhmann 2002). Politik bleibt Politik, bleibt Kampf um die Macht, kollektiv verbindliche Entscheidungen zu setzen und durchzusetzen. Aber wie dieser Kampf geführt wird, das ändert sich auch nach Maßgabe der kommunikativen Bedingungen.

Ausblick: Was ist zu tun, was ist zu lassen?

Die Gleichzeitigkeit von Beharrung und Veränderung bringt die Politik in ein Dilemma: Sie muss unterschiedliche Anforderungen an Stabilität und Flexibilität, an Entlastung und an Teilhabe, an Schutz und an Freiräumen ausbalancieren.

Was soll, was kann die Politik tun? Der Strukturwandel ist schon deshalb eine Herausforderung, weil er zwar rekonstruiert und nachträglich erklärt, aber nicht vorausgesehen werden kann. Denn Treiber des Strukturwandels sind die Veränderungen im kommunikativen Handeln, und die sind von so vielen Faktoren abhängig, dass beim jetzigen Stand des Wissens eine solide Prognose nicht möglich ist.

Man kann davon ausgehen, dass die *Digital Citizens* die politische Kommunikation der Zukunft prägen werden. Aber: Eine *Liquid Democracy* ist riskant. Eine vordringliche politische Aufgabe ist es deshalb, für Stabilität im

Strukturwandel zu sorgen. Es ist ein Gegengewicht zur permanenten Veränderung erforderlich. Inbegriff dessen ist der institutionelle Rahmen, den unsere Verfassung auch der politischen Kommunikation gibt, vor allem in Form der Grundrechte und der Kompetenzverteilung sowie der prozeduralen Regeln für den Entscheidungsprozess. Trotz digitaler Bürgerbeteiligungssysteme kann wohl nur die repräsentative Demokratie, eine der folgenreichsten Erfindungen der Moderne, auch die *Schweigende Mehrheit* integrieren und sie so berücksichtigen, dass ein Sockel an Grundvertrauen in das politische System gewährleistet bleibt. Aus triftigen Gründen werden nicht nur denjenigen Entscheidungsrechte eingeräumt, die sich stark für Politik interessieren und die sich deshalb in hohem Maße informieren und beteiligen, ^{es wird} sie hat auch allen anderen dieses Recht eingeräumt. In welchem Maße sich aber die derzeitigen Repräsentationsverfahren verändern werden, muss offen bleiben.

Diese Herausforderung ist in keiner Weise neu. Im Rückblick zeigt sich, dass es etwa alle 20 Jahre zu einem Veränderungsschub kommt, der Gelegenheit bietet, die Balance von Veränderung und Stabilität in der Bun-

desrepublik Deutschland neu zu finden. 1949, 1968, 1989 – und nun das, was als digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit begriffen werden kann. Zentrale Aufgabe ist es, in diesem Strukturwandel die unterschiedlichen Präferenzen und Kommunikationsmuster zusammenzuhalten, um daraus ein Gemeinwesen zu formen. Dieses Aushalten von Ambivalenzen ist von enormer Bedeutung. Es gilt einerseits zu verhindern, dass sich die auf Flexibilität und Teilhabe ausgerichtete Gruppe der *Digital Citizens* absplattet und ihre Energie verpufft. Auf der anderen Seite müssen auch die anderen Gruppen im Gemeinwesen gehalten werden: Insbesondere die *Schweigende Mehrheit* muss inkludiert werden, und zwar zu deren Bedingungen, nämlich mit Respekt vor ihrem Schweigen.

LITERATUR

Deutsch, Karl W. (1963): *The nerves of government. Models of political communication and control.* New York.

Emmer, Martin/Füting, Angelika/Vowe, Gerhard (2006): *Wer kommuniziert wie über politische Themen? Eine empirisch basierte Typologie individueller politischer Kommunikation.* In: *Medien- & Kommunikationswissenschaft*, 54. Jg., S. 216-236.

Emmer, Martin/Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2011): *Bürger Online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland.* Konstanz.

Emmer, Martin/Wolling, Jens/Vowe, Gerhard (2012): *Changing political communication in Germany: Findings from a longitudinal study on the influence of the internet on political communication, discussion and the participation of citizens.* In: *Communications*, 37. Jg., S. 233-252.

Füting, Angelika (2014): *Politische Kommunikation in Deutschland. Eine typologische Längsschnittanalyse individueller politischer Kommunikation.* Berlin.

Luhmann, Niklas (2002): *Die Politik der Gesellschaft.* Frankfurt/M.

Prensky, Marc (2001): *Digital natives, digital immigrants.* In: *On the horizon*, 9. Jg., S. 1-6.

Sarcinelli, Ulrich (2011): *Politische Kommunikation in Deutschland.* Wiesbaden.

