

Dr. Stephan Eisel

An der Vogelweide 11
53229 Bonn
stephan.eisel@gmx.net
(9. Januar 2012)

Mehr zum Thema finden Sie in:
Stephan Eisel, Internet und Demokratie, Freiburg 2011

Umfragen zur Zukunft von Bundespräsident Wulff:

Warum das Internet nicht repräsentativ ist

In der aktuellen Debatte um Bundespräsident Christian Wulff fällt wieder einmal auf, wie sehr Urteils- und Meinungsbildung im Internet und die in repräsentativen Umfragen ermittelte Meinung der Bevölkerung auseinanderfallen.

So ermittelte das Meinungsforschungsinstitut Infratest-Dimap in einer repräsentativen Umfrage für den ARD-Deutschlandtrend am 6. Januar 2012, dass 56 Prozent der Befragten der Ansicht sind, Wulff solle im Amt bleiben. Nur 41 Prozent forderten seinen Rücktritt. Die Forschungsgruppe Wahlen ermittelte für das ZDF-Politbarometer am 5. Januar 2012, 50 Prozent der Deutschen seien der Meinung, dass Wulff im Amt bleiben soll, 43 Prozent wollten einen Rücktritt.

Ganz im Gegensatz dazu hat das Internet sein Urteil über Wulff längst gefällt und mit dem Bundespräsidenten abgeschlossen. Das zeigen nicht nur die dominierenden Kommentare auf Twitter oder Facebook: Sie reichen von differenzierter Kritik bis zu hämischer Aggression. Äußerungen, die für einen Verbleib des Bundespräsidenten im Amt sind, finden sich kaum. Auch Online-Umfragen spiegeln die zerrissene Meinungsbildung der Bevölkerung nicht wieder. So veröffentlichte Focus-Online am 4. Januar 2012, dass dort 90,4 Prozent für einen Rücktritt von Christian Wulff gestimmt hätten, nur 9,6 Prozent dagegen. Bei einer Online-Umfrage von Tagesschau.de forderten Anfang Januar 2012 87,5 Prozent Wulff solle zurücktreten, 10,3 Prozent dagegen. Insgesamt waren über 120.000 Stimmen abgegeben worden.

Für dieses Auseinanderfallen von repräsentativen Umfragen und der Meinungsbildung im Internet gibt es drei wesentliche Ursachen:

Dreifache digitale Spaltung

Das Internet als Kommunikationsraum ist im Alltag der Menschen noch lange nicht mit der Bedeutung von Radio und Fernsehen zu vergleichen ist. Als reine Konsummedien erreichen sie in den industrialisierten Ländern fast einhundert Prozent der Bevölkerung. Das Internet ist ein Aktivitätsmedium und kommt wohl auch deshalb trotz aller Wachstumsraten weder in Europa noch in den USA über eine Abdeckung von höchstens 70-80 Prozent der Bevölkerung hinaus. Nach neuen Untersuchungen sind 62 Prozent der Bürger nicht versiert im Umgang mit digitalen Medien.

Selbst in einem reichen Industrieland wie Deutschland ist eine dreifache digitale Spaltung Gesellschaft zu beobachten:

- Erstens ist fast ein Drittel der deutschsprachigen Bevölkerung über vierzehn Jahre mangels Zugang generell vom Internet ausgeschlossen.
- Zweitens nutzt ein Drittel derer, die einen Internetzugang haben, die bestehende Zugangsmöglichkeit nur selten. Insgesamt kann nur etwa die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung über vierzehn Jahre als regelmäßige Internetnutzer gelten.
- Drittens beschränken sich zwei Drittel der regelmäßigen Nutzer auf wenige, vor allem passiv-konsumierende Nutzungsarten und nehmen die vielfältigen interaktiven Möglichkeiten des Mediums praktisch nicht in Anspruch.

Allenfalls ein Fünftel der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Menschen über vierzehn Jahre ist also internetaffin in dem Sinne, dass sie das Internet nicht nur als Abrufmedium, sondern als Kommunikationsplattform nutzen. Es wäre ein großer Fehler davon auszugehen, dass nur existiert, was digital existiert. Demokratie würde sich selbst ad absurdum führen, wenn sie sich auf das Internet fokussiert und Netzbürgern mehr Bedeutung zumisst als denen, die das Medium nicht nutzen können oder wollen.

Geschwindigkeitsrausch, digitale Vereinfachung und Hysteriefalle

In der Bewertung der politischen Meinungsbildung im Internet darf nicht übersehen werden, dass das Netz vor allem ein Markt- und Spielplatz ist und Politik dort nur eine Nischenexistenz führt. Vor allem aber haben typische Charakteristika der Netzkultur auch erhebliche politische Wirkungen:

So ist Schnelligkeit im Cyberspace das höchste Gut. Baut sich eine Seite zu langsam auf, klicken wir weiter. Gibt eine Suchmaschine die Antwort auf unsere Fragen zu langsam, wechseln wir den Anbieter. Im Internet ist der schnelle Klick die gültige Währung, Politik erscheint demgegenüber träge und langsam. Schnelligkeit ist aber kein Ausweis von Demokratiesteigerung, ihr wohnt die große Gefahr der Oberflächlichkeit und Flüchtigkeit inne. Im Gegenteil dazu zeichnen sich stabile Demokratien dadurch aus, dass sie Entscheidungen ihre Reifezeit geben.

Den Geschwindigkeitsdruck im Internet begünstigt auch eine Atmosphäre sich schnell wandelnder Stimmungen und Emotionen. Noch gibt es im Internet auch reflektierende Kommunikationsformen. So hat die ursprüngliche Textorientierung des Internets eine durchaus heilsam rationalisierende Wirkung. Zugleich hebt der Trend von der textgebundenen zur bildorientierten Nachricht diese Rationalitätsebene der Netzwelt zunehmend auf. Die Verstärkung des emotionalen Spontaneindrucks durch die Bildorientierung des Internets steht nicht nur im Widerspruch zum Rationalitätsanspruch von Politik in der freiheitlichen Demokratie.

Diese Entwicklung ist in gewisser Weise auch komplementär zur Tendenz zur Vereinfachung, die dem Internet schon durch die digitale Struktur innewohnt und einen weiteren Gegensatz zwischen der virtuellen Netzwelt und der demokratischen Politikwelt konstituiert: Digitales Denken privilegiert die einfache Wahl zwischen A und B. Politisches Denken dagegen ist komplex.

Insgesamt ist das Internet auch ein nervöses Skandalisierungsmedium. Nirgends entstehen so viele Gerüchte und nirgends werden sie so schnell verbreitet wie im Internet. Dies ist auch einem oberflächlichen Spieltrieb geschuldet, der in der Weitergabe einer im Netz gefundenen Nachricht einen von deren Inhalt oder Seriosität unabhängigen Selbstzweck sieht. Wer zur Verbreitung beiträgt, sieht sich im Internet selten verantwortlich für den Inhalt des Weitergegebenen. Was aber viele verbreiten, wird schnell von allen geglaubt.

Verzerrungen durch die Dominanz der Zeitreichen

Dominiert wird das Internet von einer Minderheit der Zeitreichen, die diesem Medium ihre volle Aufmerksamkeit widmen wollen und können. Das Internet gefällt sich zwar in der Beschreibung, ein Medium der Chancengleichheit für alle zu sein, aber dies ist ein Trugschluss.

Tatsächlich erfordert es nicht nur ein gewisses technologisches Grundverständnis, sondern auch ein erhebliches Zeitbudget, die Möglichkeiten des Internets so zu nutzen, dass man es nicht nur passiv konsumiert, sondern auch aktiv gestaltet. Es sind nicht viele Bürger, die in ihrem privaten und beruflichen Alltag dazu mehr oder weniger täglich in der Lage sind, wie dies erforderlich ist, wenn man im Internet wirken will. Deshalb dominieren als Gestalter und Autoren im Internet diejenigen, die entweder beruflich damit zu tun haben oder die finanzielle oder zeitliche Disposition für die notwendigen Aktivitäten dort haben.

Diese Charakteristika des Internets führen zu einer spezifischen und keineswegs repräsentativen Meinungsbildung im Netz, die ihrerseits jedoch erhebliche Auswirkungen auf die mediale und politische Debatte außerhalb des Internets hat. Im kritischen Umgang damit gibt es noch erheblichen Nachholbedarf.