

# Wie hat das Internet die politische Kommunikation der Deutschen verändert?

Befunde aus dem DFG-Projekt  
„Politische Online-Kommunikation“ 2002 - 2009

Martin Emmer (FU Berlin)

GESIS-Kolloquium, 28.09.2010, Mannheim

# INTERNET & GESELLSCHAFT



- Diffusion einer Medieninnovation unter dem Vergrößerungsglas
- Einzigartige Möglichkeit, Effekte eines neuen Mediums in Echtzeit (experimentelle Designs) zu beobachten  
→ „Window of Opportunity“

# FORSCHUNGSFRAGEN

- Wie nutzen die Bürger die Optionen des Internets für ihre politische Kommunikation?
- Wie verändert sich dabei ihre politische Kommunikation insgesamt?  
→ Mobilisierung?
- Wie sind diese Veränderungen zu erklären?

# THEORETISCHE GRUNDLAGEN

- **Deskription:** kaum belastbare Daten zu politischer Online-Kommunikation in Deutschland (Problem der Kommunikationsforschung: Internet nur als „Massen-“/“Informationsmedium“)
- **Mobilisierung:** Intensivierung politischer Kommunikation und Partizipation durch neue Online-Kommunikationsoptionen?
- **Erklärung:** Ökonomische Überlegenheit der Online-Medien - schneller, kostengünstiger, besser?

# METHODISCHE ECKDATEN

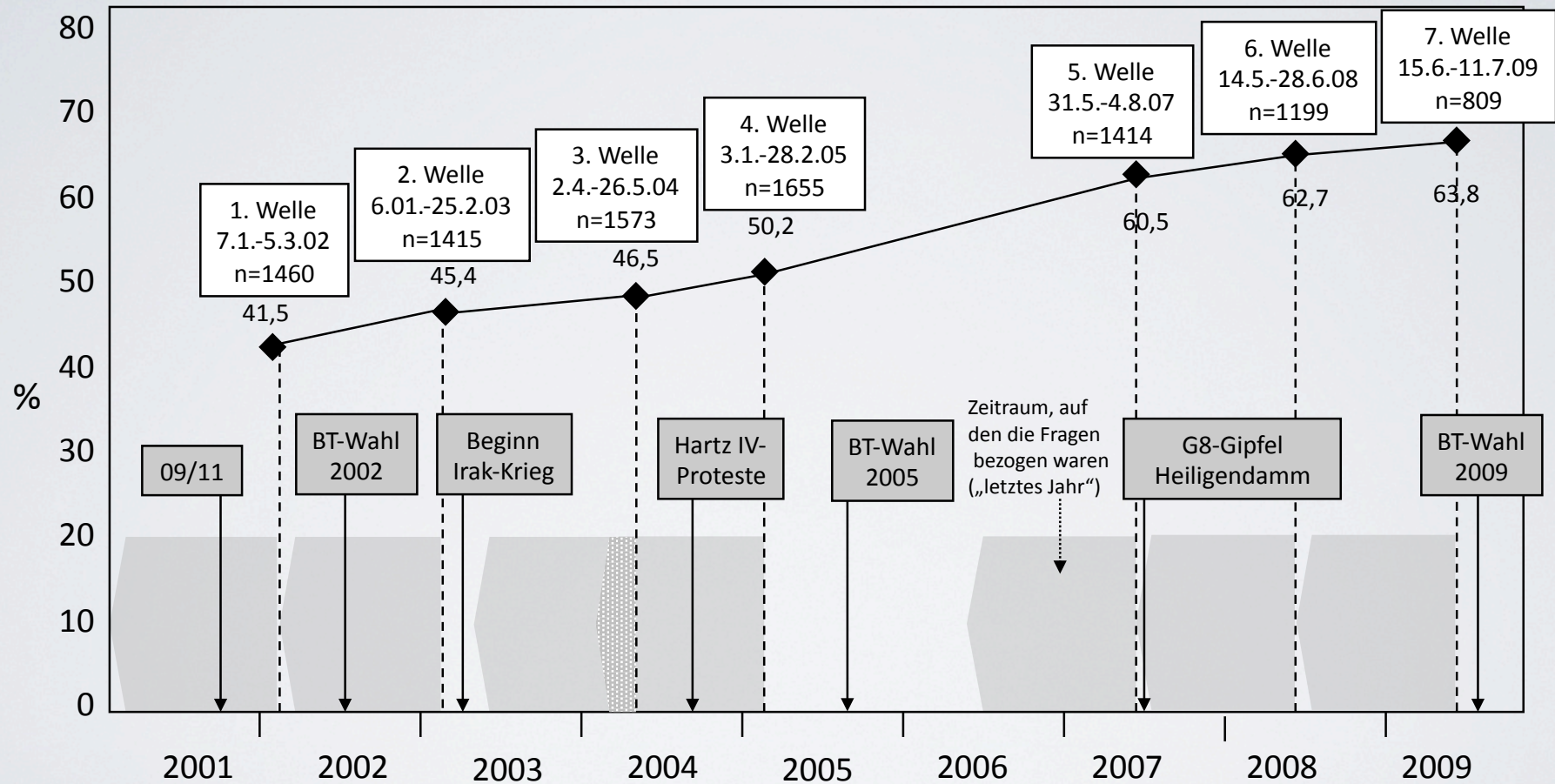
- **Instrument:** Standardisierte Befragung (CATI)
- **Grundgesamtheit:** Deutschsprachige Wohnbevölkerung über 16 Jahren in HH der Bundesrepublik Deutschland mit Telefonanschluss
- **Stichprobe:** RLD-Sampling (ZUMA) & Next Birthday
- **Zeitraum:** 7 Wellen zwischen 01/02 und 06/09 im Paneldesign
- **Stichprobengröße:** ca. 1.500 pro Welle
- **Durchführung:** Vowe, Wolling, Emmer, Seifert (DFG finanziert)

# OPERATIONALISIERUNG

## Politische Kommunikation

	Online	Offline
Informationskommunikation	Informationen suchen, Parteiwebseiten nutzen, Infomaterial anfordern	Fernsehnachrichten & -magazine, Tages- & Wochenzeitungen nutzen etc.
Interpersonale Kommunikation	Online-Konversationen über Politik, Online-Kontakte mit Politikern	Gespräche über Politik, persönliche Kontakte mit Politikern
Partizipationskommunikation	Online-Petitionen, Beteiligung an Forendiskussionen, E-Mail-Leserbriefe	Unterschriftensammlungen, Demo-/Versammlungsteilnahme, Leserbriefe etc.

# DATENERHEBUNGEN



Rohdaten nach Bildung (Mikrozensus) gewichtet

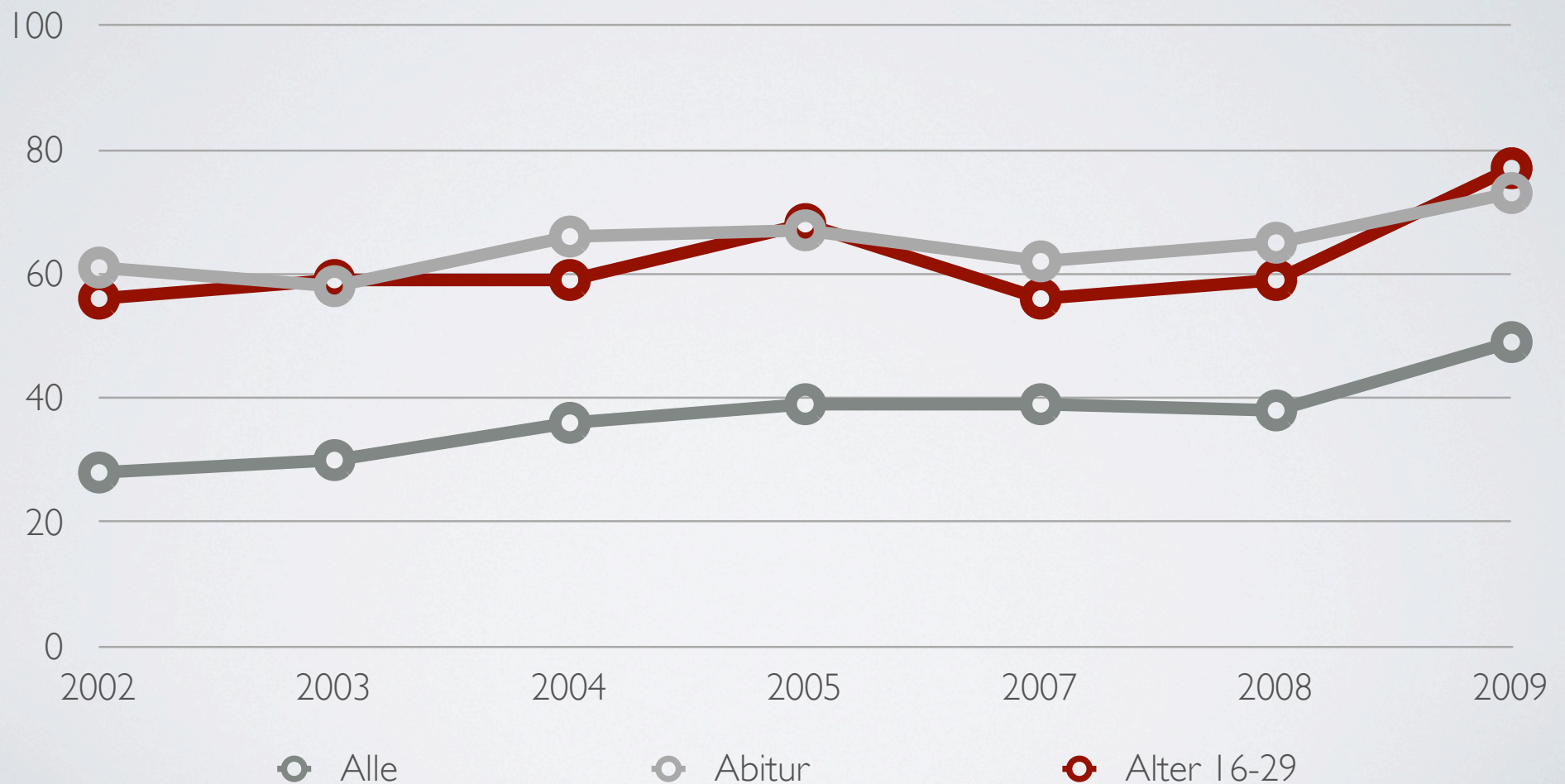
# ÜBERBLICK ÜBER BEFUNDE

1. **Entwicklung** der politischen Online-Kommunikation?
2. **Substitution** alter durch neue Medien?
3. Politische **Mobilisierung** der Bevölkerung online?



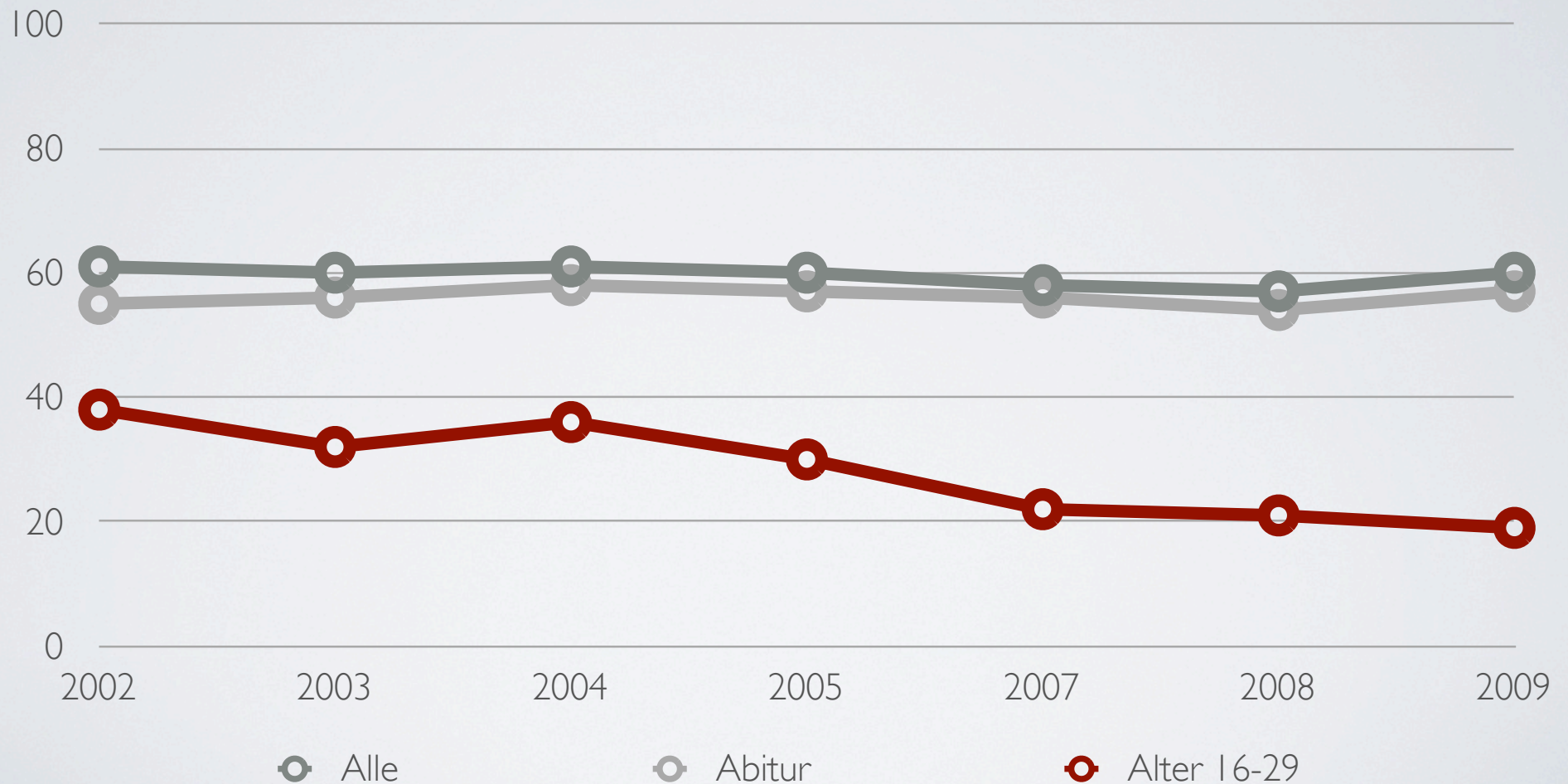
# I. DESKRIPTIVE BEFUNDE

Politische Information online (in %, Basis: alle Befragte)



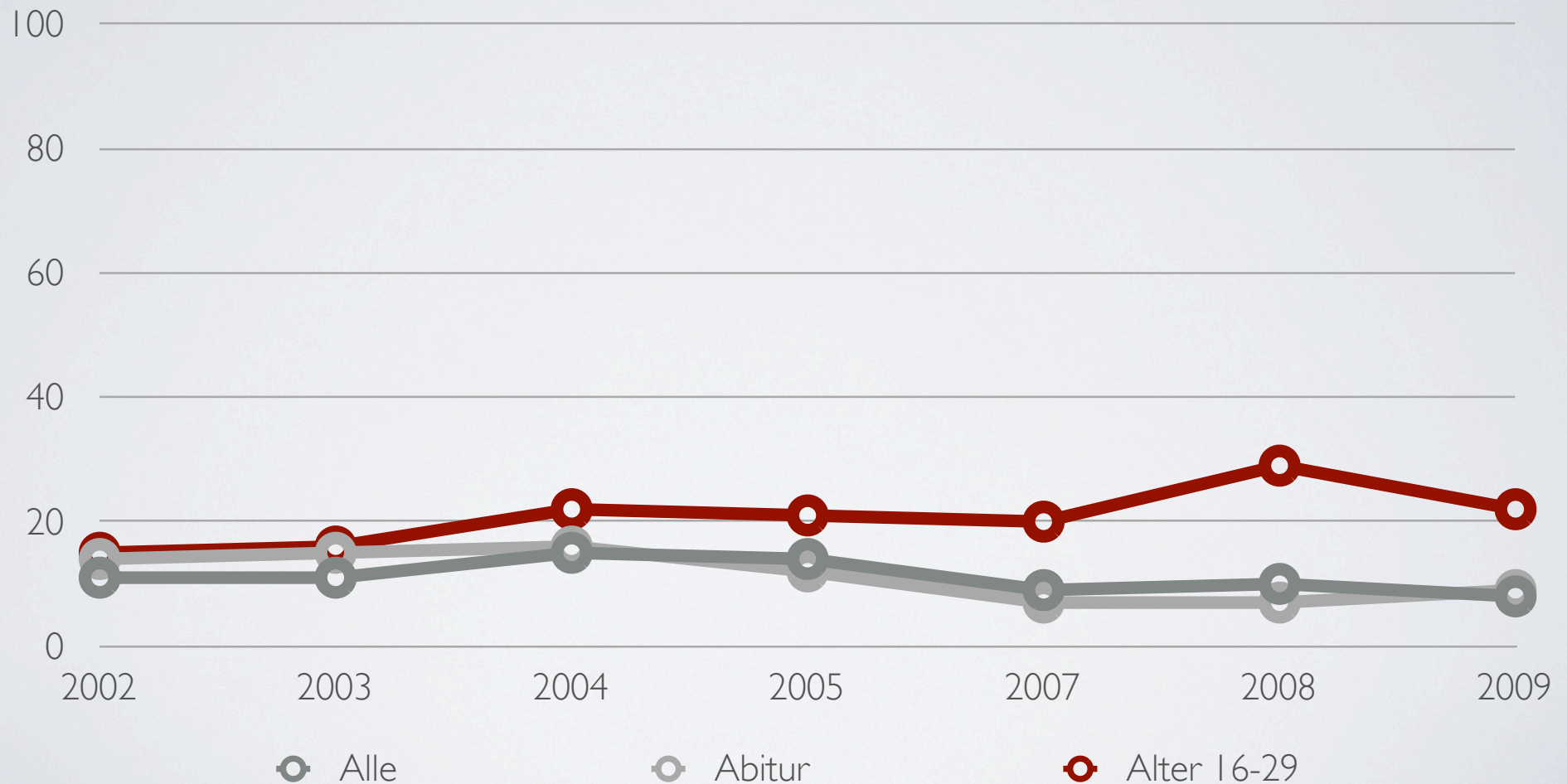
# I. DESKRIPTIVE BEFUNDE

Tageszeitungsnutzung täglich (in %, Basis: alle Befragte)



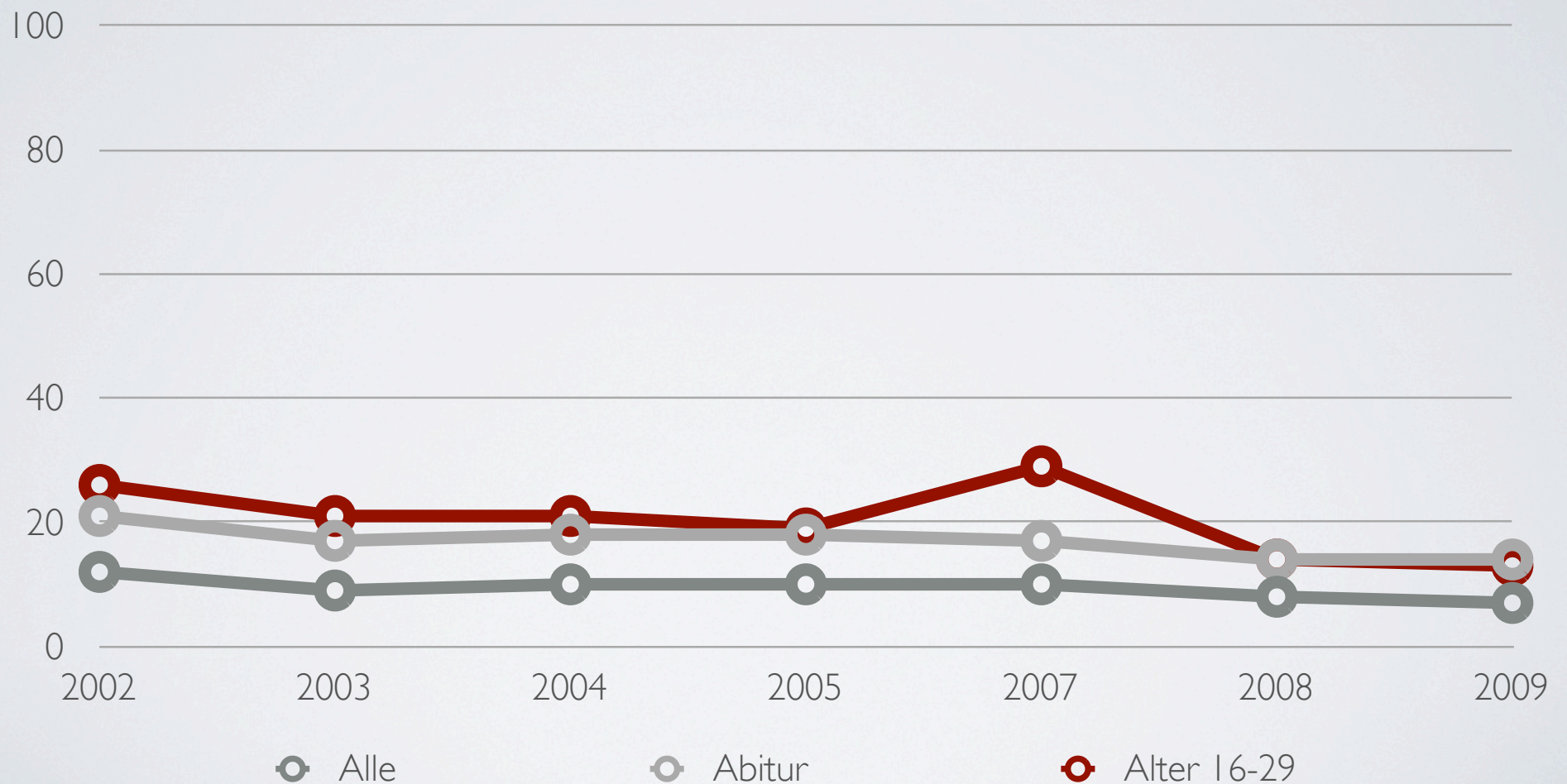
# I. DESKRIPTIVE BEFUNDE

Online-Gespräche über Politik (in %, Basis: alle Befragte)



# I. DESKRIPTIVE BEFUNDE

„Leserbriefe“ online (in %, Basis: alle Befragte)

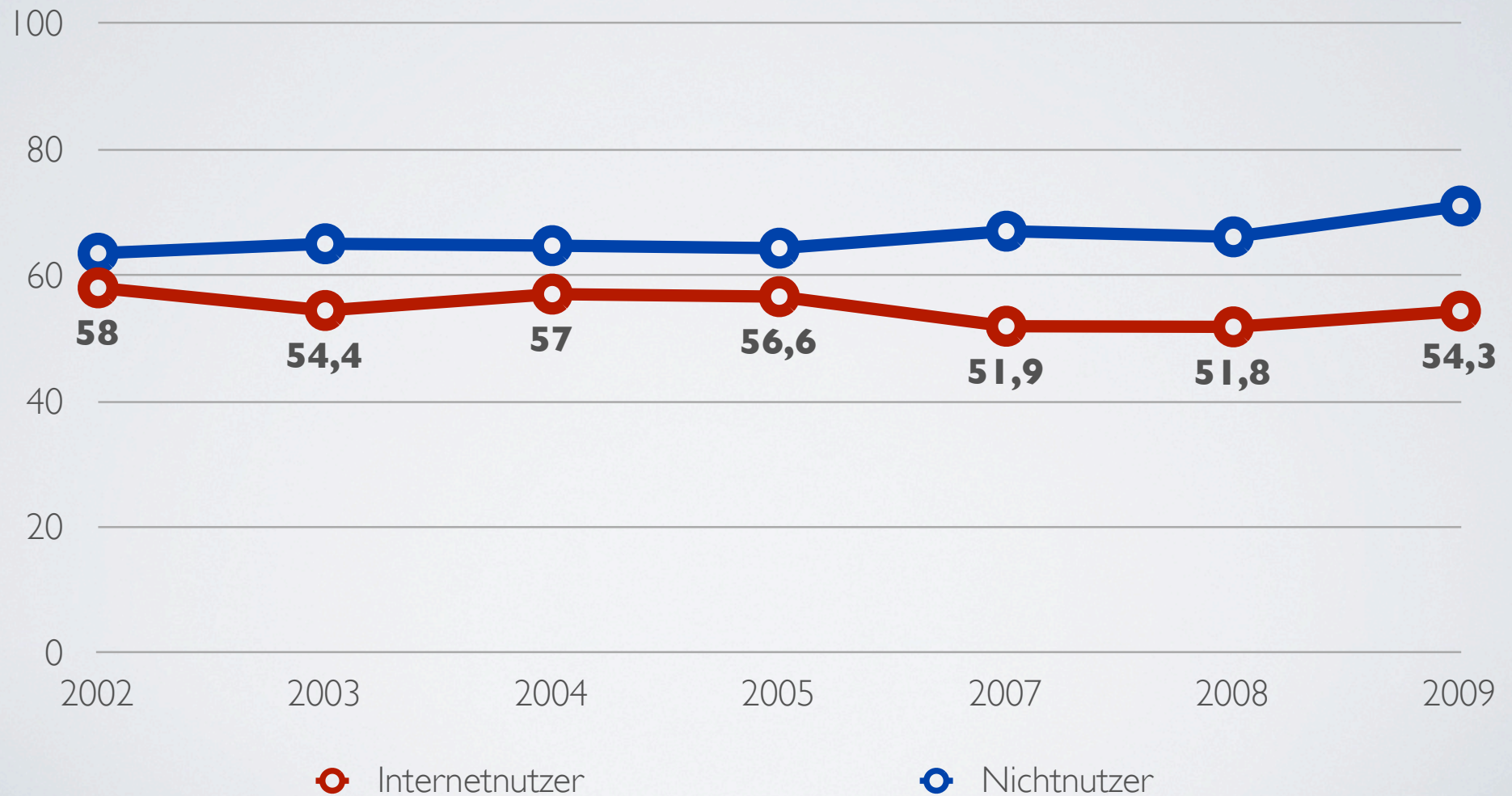


## 2. SUBSTITUTION

- Sind die - kostenlosen - Informationsangebote im Netz die Ursache für den Rückgang der Nutzung von Print-Zeitungen?
- Hypothese: Wer Informationen kostenlos im Internet bekommt, sieht keinen Grund mehr, dafür offline zu bezahlen
- Forschungsstand: Kolo/Meyer-Lucht (2007), Stark/Karmasin (2009) ermitteln Substitutionseffekte auf Basis von Zeitreihenanalysen  
→ ökologischer Fehlschluss?

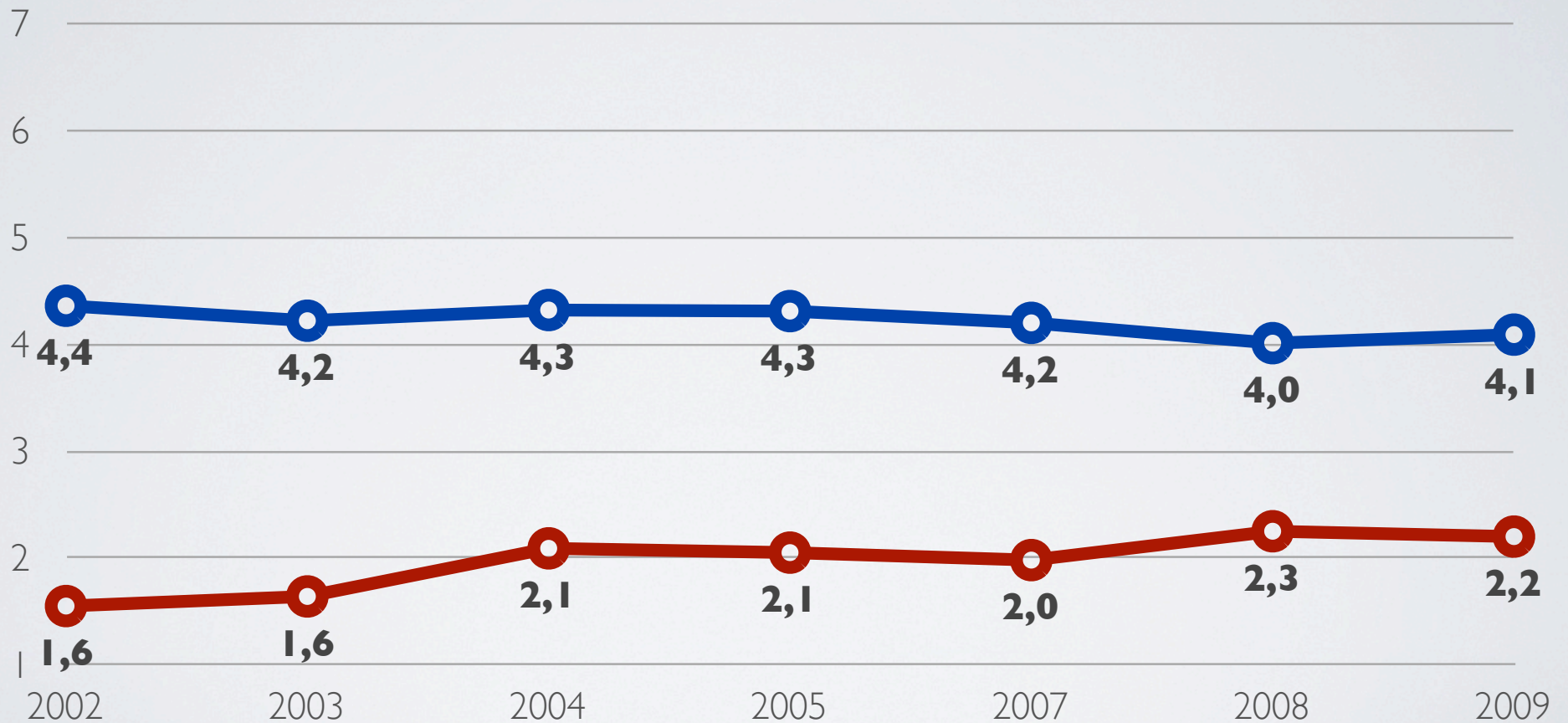
# 2. SUBSTITUTION

Tageszeitungsnutzung täglich (in %)



# 2. SUBSTITUTION

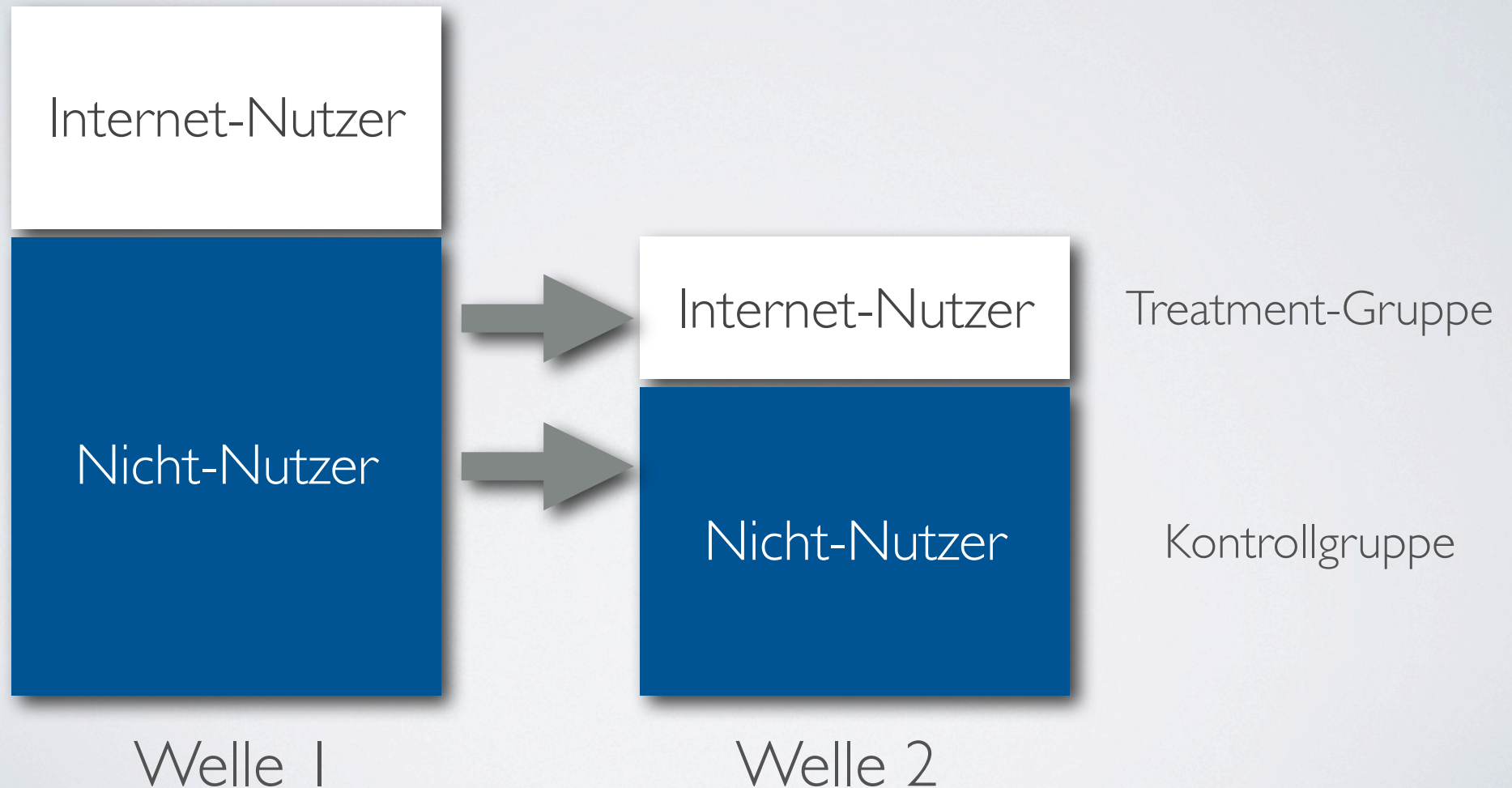
Informationsnutzung der Onliner (Häufigkeit)



○ Tageszeitungsnutzung (1-7)

○ Online-Informationsnutzung (1-4)

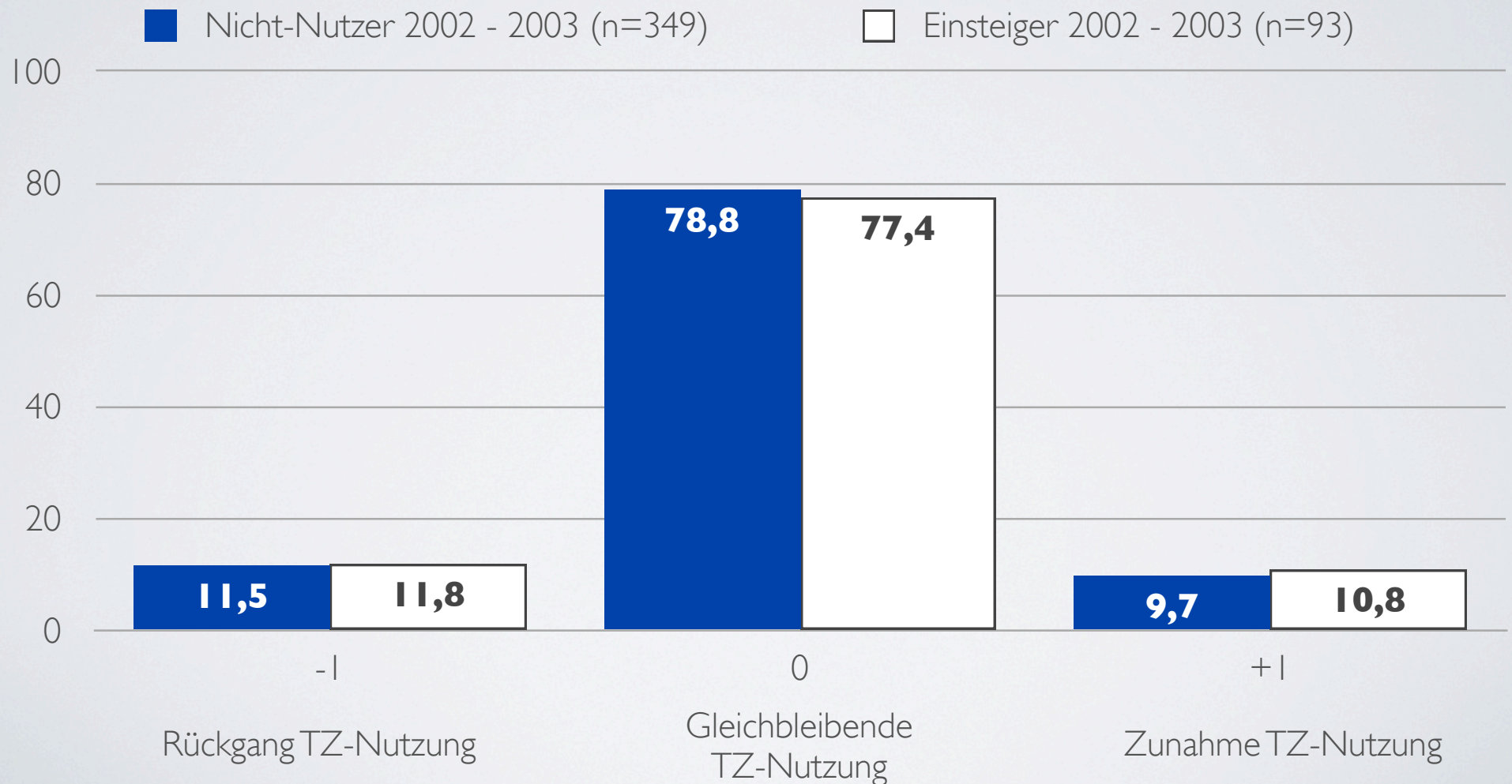
# DESIGN: QUASI-EXPERIMENT





# 2. SUBSTITUTION

## Effekte des Online-Zugangs auf Zeitungsnutzung

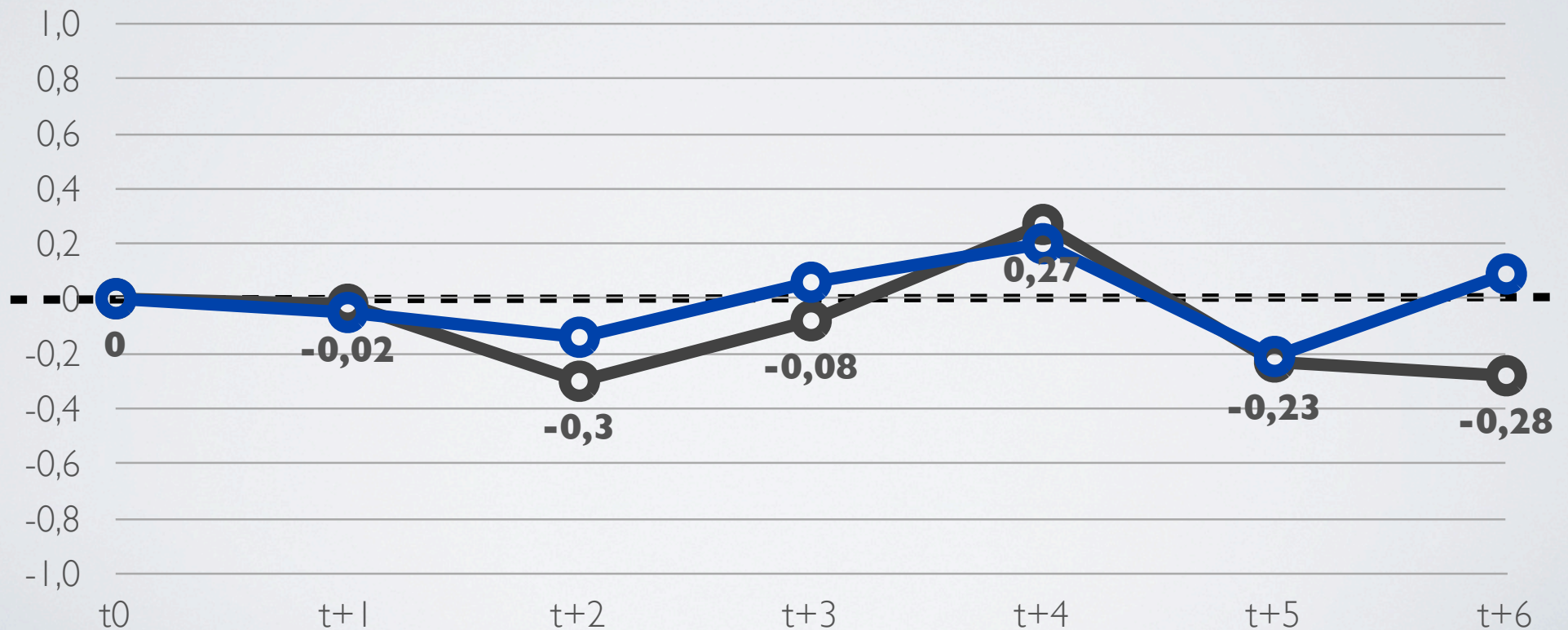


# 2. SUBSTITUTION

Veränderung Zeitungsnutzung 1-6 Jahre nach Einstieg

● Nicht-Nutzer (n: t1=349 - t6=76)

● Einsteiger (n: t1=93 - t6=21)

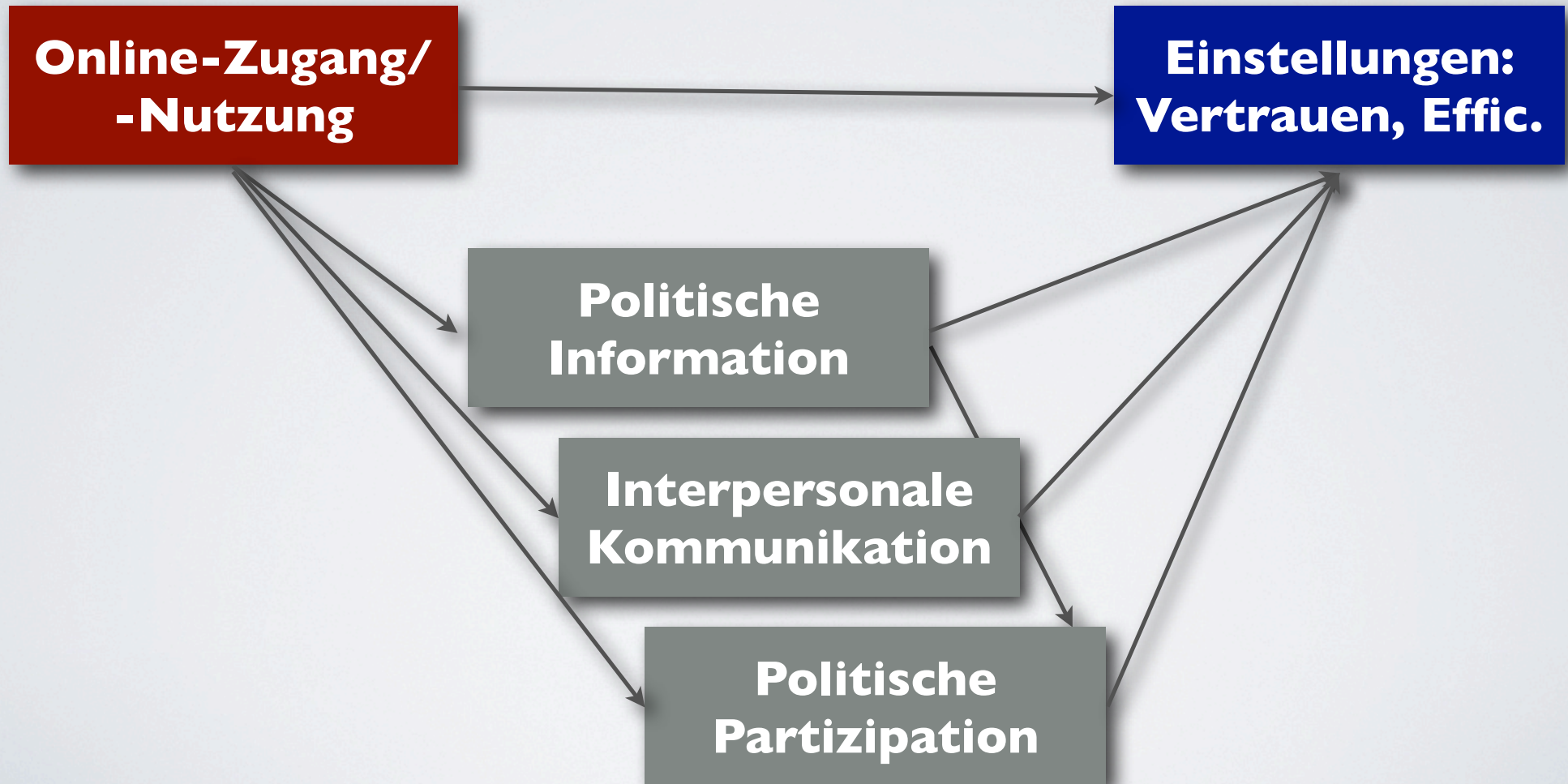


# 3. MOBILISIERUNG

- Frühe Forschung: v.a. theoretisch oder fallstudienbasiert
- In den letzten Jahren: steigende Zahl hypothesentestender Forschung im Bereich der politischen Online-Kommunikation
- Beispiele für Befunde:
  - Geringer Einfluss des Internets auf Wahlbeteiligung (Weaver/Drew 2001)
  - Onlinenutzung fördert positive Einstellungen zur Politik (Scheufele/Nisbet 2004)
  - Politische Online-Information korreliert mit Einstellungen/Partizipation (Shah et al. 2005, Mossberger et al. 2008)

# 3. MOBILISIERUNG

Theoretisch postulierte Zusammenhänge



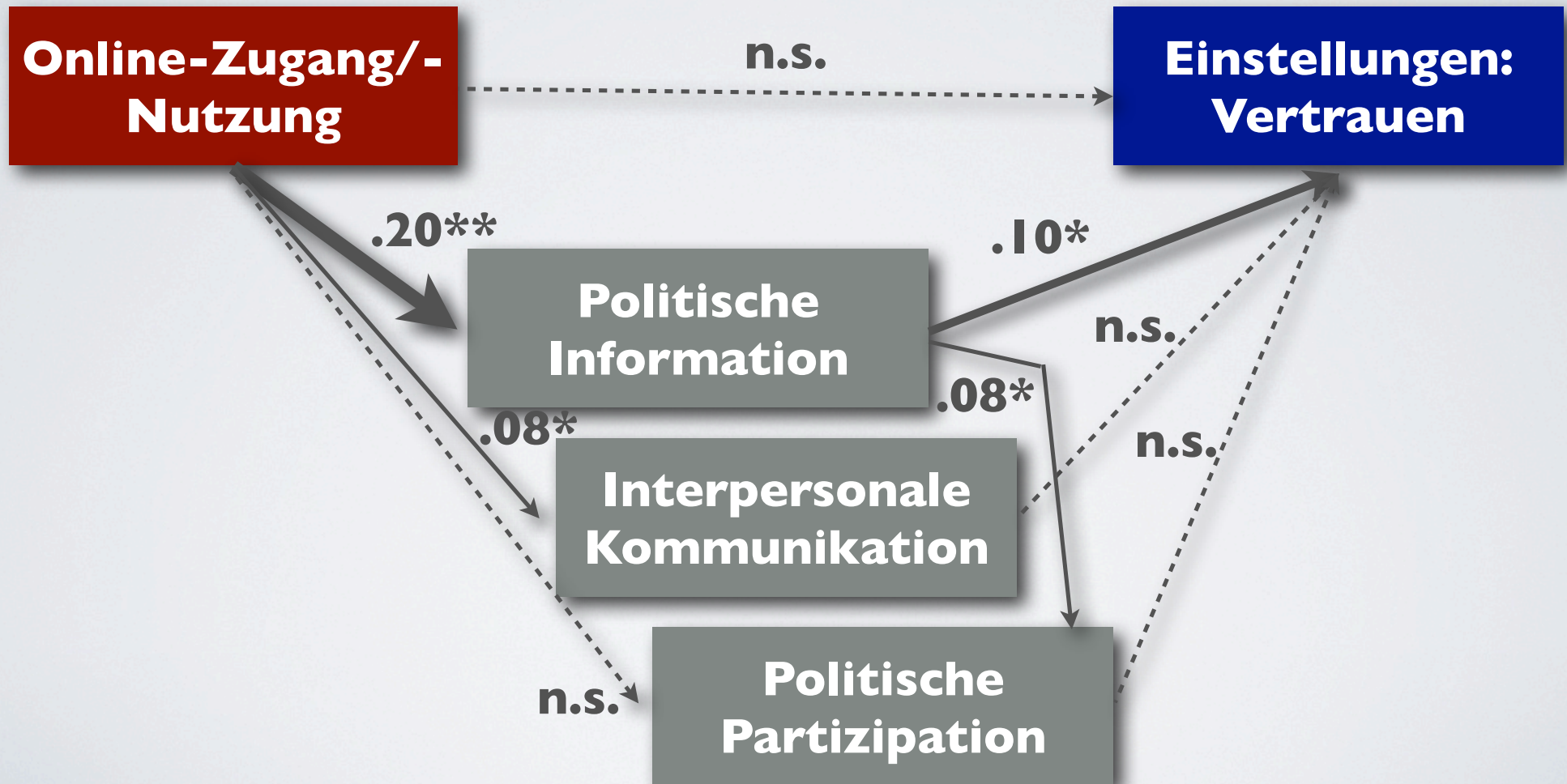
# 3. MOBILISIERUNG

## Operationalisierungen

- Internetzugang: physischer Zugang + Nutzung mind. 1 h/Woche
- Information: Politische Magazine (TV/Print) + Info-Suche online
- Interpersonale Kommunikation: Gespräche über Politik (online+ offline)
- Partizipation: Demonstrationsteilnahme, Leserbriefe, Petitionen (online + offline)
- Einstellungen: generalisiertes Vertrauen, Einflussüberzeugung
- Zeitraum: je 1 Jahr; alle Wellen akkumuliert

# 3. MOBILISIERUNG

Ergebnisse von Regressionsanalysen (Beta-Koeffizienten)



# FAZIT

1. Moderate, aber stabile direkte Mobilisierungseffekte des Internets: Onlinezugang beeinflusst die politische Informationsnutzung unmittelbar und positiv
2. Keine Substitutionseffekte bei Mediennutzung und Partizipation
3. Schwache Auswirkungen der intensiveren Information auf Partizipation und politische Einstellungen
4. Kohorteneffekte beschleunigen Veränderungen: „Online-Generation“ wächst in Gesellschaft hinein

# VIELEN DANK!

[martin.emmer@fu-berlin.de](mailto:martin.emmer@fu-berlin.de)

Publikationen, Präsentationen, Fragebögen etc.:

<http://www.politische-online-kommunikation.de>

