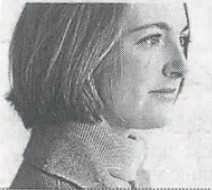


ULRIKE SOSALLA SEESTERN UND MAKRELE



Immer mehr Bürger machen im Internet Politik. Allerdings ohne Politiker. Die rätseln noch über die Spielregeln

Was passt an diesen drei Sätzen nicht zusammen? „Politikverdrossenheit und Wahlmüdigkeit erreichen immer breitere Schichten der Bevölkerung.“ – „Die Proteste gegen längere Atomlaufzeiten und Stuttgart 21 zeigen, dass sich zuvor eher unpolitische Bürger zu Aktionen zusammenfinden.“ – „Nach der Bundestagswahl 2009 fuhren die meisten Parteien ihre Bemühungen, Anhänger per Internet zu mobilisieren, wieder herunter.“

Genau, so einiges passt nicht zusammen in der Republik. Zum Beispiel passt das Sonntagsredenbekenntnis zur Bedeutung des Internet nicht zur praktischen Politik. Die hinkt den Entwicklungen hoffnungslos hinterher – wenn sie nicht gleich das ganze Netz als Hort für Kriminelle und Kinder-schänder verteufelt. Oder der offensichtliche Überdross der Bürger an ihren Politikern mit der neuen Begeisterung für Bürgerbeteiligung und Protest, die sich – nicht nur, aber zunehmend – in Blogs, Onlinepetitionen und sozialen Netzwerken äußert.

Das Netz polarisiert

Und schon gar nicht passt, dass große Teile der Profipolitik das Internet immer noch einfach als ein weiteres Medium betrachten, Fernsehen mit etwas mehr Text sozusagen. Dass sie damit eine Gelegenheit verpassen, Wähler zu erreichen, ist ihr

Problem. Doch hier passiert mehr: Sie verpassen eine Umwälzung.

Die Form – das soziale Netzwerk – prägt den Inhalt. Die Debatte wird erregter, zugespitzter, polarisierter. Wenn erst mal eine kritische Masse erreicht ist, können Stimmungsumschwünge und Mobilisierung ganz schnell gehen. Und in den Parteizentralen merkt es keiner.

Die, die das Phänomen – vorwiegend im Internet – diskutieren, bemühen dafür gern Vergleiche aus dem Tierreich. Soziale Netze, so die These, funktionieren wie Makrelenschwärme, nicht wie Wolfsrudel (die bevorzugte Organisationsform klassischer Parteien). Die Richtung wird nicht von oben nach unten vorgegeben, sondern entsteht aus der Bewegung Tausender ähnlich ausgerichteter Individuen. Und fällt ein Teil des Netzwerks aus, springen andere ein – ähnlich dem Seestern, bei dem sogar einzelne Arme weiterleben und neue Arme bilden können.

Für die Meinungsbildung heißt das: Es gibt keine Instanz, die auswählt und bewertet, es gibt kein Zentrum und keinen Kopf. Es gibt die Schwarmintelligenz: Je mehr Menschen eine Äußerung interessant finden und an ihren Freundeskreis weiterleiten, desto wichtiger wird sie. Und da jeder Empfänger sie wiederum weiterversenden kann,

haben Botschaften das Potenzial, sich blitzschnell zu verbreiten, wenn nur genug gut vernetzte Menschen sie interessant, relevant oder einfach nur witzig finden.

Kreisende Erregungen

Es entsteht ein Effekt, den der Medienwissenschaftler Peter Kruse als „kreisende Erregungen im System“ bezeichnet. Kreisen sie stark genug, kippt die Stimmung plötzlich in eine Richtung, eine Lawine der Meinungsbildung entsteht. So geschehen bei den Protesten gegen Stuttgart 21. An dem Tag des rücksichtslosen Polizeieinsatzes im Stuttgarter Schlossgarten, der bei den Gegnern des Bahnneubaus als „blutiger Donnerstag“ firmiert, schickten Demonstranten praktisch vom ersten Schlagstockeinsatz an Kurznachrichten, Fotos und Handyvideos an Twitter, von wo aus sie sich in Windeseile verbreiteten und den Weg in den Rest der Medien fanden. Die Imagekatastrophe war nicht nur für die Landesregierung, sondern auch für die Polizeiführung perfekt.

Dass der Lawineneffekt so gründlich wirkt, liegt an den Besonderheiten von Facebook und Twitter. Informationen, die dort verbreitet werden, sind schnell, ungefiltert und gnadenlos subjektiv – dadurch zutiefst menschlich und nachvollziehbar. Und

hochgradig glaubwürdig, kommen sie doch von Bekannten, Freunden, Gleichgesinnten. In sozialen Netzen verstärken sich Meinungen, weil die meisten Menschen, ob nun politisch interessiert oder nicht, verknüpft sind mit anderen, die Lebens Einstellung und politische Auffassung teilen. Sag mir, wer deine Freunde sind, und ich sage dir, wen du wählst: Das lässt sich für Twitter sogar ansatzweise empirisch belegen. In einer kleinen Untersuchung, die ausdrücklich nicht repräsentativ ist, kommt der Social-Media-Berater Thomas Pfeiffer zu dem Schluss, dass die meisten Nutzer überwiegend mit Nutzern ähnlicher politischer Ausrichtung in Kontakt stehen.

Um da mitzumischen, müssen sich Politiker auf die Spielregeln des Social Web einlassen. Die wichtigste davon heißt: Die Resonanz wird davon bestimmt, was jemand sagt, weniger davon, wer es sagt. Die zweitwichtigste: Niemand ist mächtig genug, um Reaktionen und Meinungsbildung zu kontrollieren. Aber das dürfte zumindest für Angela Merkel nichts Neues sein – Kontrollverlust ist sie ja aus ihrer Koalition gewöhnt.

E-Mail sosalla.ulrike@guj.de

Ulrike Sosalla ist Kommentarchefin der FT. Sie schreibt jeden zweiten Freitag an dieser Stelle.