

Politische Kommunikation im Web 2.0: Öffentlichkeit, Transparenz und Partizipation durch Facebook

von
Jan Wetterauer, Anna Neumann

Erstauflage

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de
ISBN 978 3 95850 783 8

Leseprobe

Textprobe:

Kapitel 1, Zukunftsvision Facebook? – Das wachsende (politische) Potential eines sozialen Netzwerks:

Anna Neumann

Mit der Geburtsstunde von Facebook 2004 entstand auch für die Politik eine weitere Alternative, den Raum ihrer Handlungsmöglichkeiten zu vergrößern. Mit der Präsenz verschiedener Parteien innerhalb von Facebook werden neue, zusätzliche Möglichkeiten geschaffen, die den Blick des Bürgers auch im Netz auf die Politik richten. Die politische Aktivität verschiedener Nutzer kann die Aufmerksamkeit anderer Nutzer auf sich ziehen und diese ebenfalls zur politischen Aktivität animieren. Durch „Gefällt mir“-Klicks, geteilte oder kommentierte Beiträge u. ä. können solche Aktivitäten für andere ersichtlich werden. Vor allem bietet Facebook die Möglichkeit, eigene Statements und Kommentare auf politischen Seiten von Parteien innerhalb dieses Sozialen Netzwerkes abzugeben, was dieses in Bezug auf die Politik durchaus interessanter wirken lassen könnte als die reine Informationsflut an politischen Themen durch Zeitung und andere Medien, die der Bürger rezipiert und diese erst einmal hinnehmen muss, ohne augenblicklich einen Einfluss darauf nehmen zu können.

Das abendliche Phänomen so manchen Bürgers beim Verfolgen der Tagesthemen könnte sich vermutlich so vollziehen - und hierbei kann aus Erfahrung gesprochen werden -, dass er sich im Stillen, wohlmöglich auch im weniger Stillen, über die nationale und internationale Politik beschwert, ja sogar wütend wird und dabei an die nächsten Wahlen denkt, die es endlich ermöglichen, die eigene Meinung zur Geltung zu bringen und auf das politische Geschehen aktiv einzuwirken. Würde sich ein Bürger in solch einer Situation nicht wünschen, er könnte sich mit seiner Beschwerde, oder in einigen Fällen auch Lob, direkt an die Politiker dieser Welt richten, um ihnen all das zu sagen, was ihnen über die aktuelle Politik und deren Ereignisse auf dem Herzen liegt?

Ein neumodisches Phänomen solcher Kritikäußerungen bildet der sogenannte „Shitstorm“. Hinter diesem Begriff verbirgt sich ein auf politische Personen gerichteter elektronischer Angriff (meist) anonymer politisch unzufriedener Bürger, welche digitale Medien als Sammelstelle ihrer sachlich undurchdrungenen Meinungen nutzen. Aus Frust gespeiste Äußerungen gegen politische Akteure lassen sich in Internetforen, dem Kleinnachrichtenformat Twitter oder dem sozialen Netzwerk Facebook finden. Im Sinne einer demokratisch freien Meinungsäußerung erweist es sich als schwer, das Medium des Internets mit Zensuren zu zügeln. Politiker werden somit Opfer ordinärer, beleidigender Worte, welche dem Tastendruck wütender Bürger entspringen. Aus ungünstigen Berichterstattungen oder negativen Darstellungen eines Politikers seitens einer störrischen Gruppe (bspw. Unternehmen) entbricht eine Flut ungezügelter Emotionen, welche im Internet ihren Ausdruck finden. Binnen weniger Sekunden verbreiten sich Informationen, Videos und Bilder im gesamten Internet. Die Entwicklung und Nutzung des Internets schafft einen modernen Zugang politischer Themen, Akteure und politischer Meinungen. Es wäre interessant zu

erfahren, ob Politiker infolge solcher Shitstorms ihre Veröffentlichungen politischer Stellungnahmen im Internet neutral und „netzopportunistisch“ darstellen und ob und inwieweit sich dies auch in ihrem Verhalten widerspiegelt. Führen solche Wellen an Zuschriften dazu, dass politisch Agierende sich aus Debatten des Netzes zurückziehen, sich eventuell zurückdrängen lassen und sich auch in Gebrauch anderer Medien beeinflussbar sehen?

Nun bietet Facebook eine neue bequeme Möglichkeit, sich über politische Themen auszutauschen – nicht nur mit Familie und Freunden, auch mit Menschen aus aller Welt. National und international. Es erweist sich als ein Leichtes, sich einer solchen politischen Diskussion auf Facebook von diversen Parteien anzuschließen. Es benötigt noch nicht einmal ein „Like“ der politischen Facebook-Seite, um dort mitdiskutieren und seinen Beitrag zu aktuellen politischen Themen dazugeben zu können. Es ist sicherlich interessant, Meinungen und Ansichten untereinander zu kommunizieren. Ab und an kann man vielleicht auch noch etwas dazulernen oder wird dazu angeregt, seine Meinung zu überdenken.

So erscheint es auf den ersten Blick praktisch, seine Meinung in einer relativ breiten Öffentlichkeit kundgeben zu dürfen, sich untereinander auszutauschen und gemeinsame politische Interessen zu teilen. Doch könnte sich der Bürger im nächsten Augenblick fragen: Was von den Diskussionen, den Anregungen und Meinungen kommt wirklich bei den politisch Verantwortlichen an? Wird die Beteiligung an solchen Diskussionsrunden auf Facebook-Seiten bestimmter Parteien registriert, ausgewertet und als eine neue Partizipationsmöglichkeit wahrgenommen? Kann Politik über Facebook wirklich etwas bewirken und gelingen?

Facebook gewinnt weltweit an einer immer größer werdenden Bedeutung. Schon beim Frühstück kann man auf den Milchpackungen den Namen Facebook lesen: „Besuchen Sie uns auf Facebook.“ Auch ein Großteil der Unternehmen ist Mitglied dieses Sozialen Netzwerkes, vertreibt dort seine eigene Seite, gibt Informationen über sich preis und macht Werbung in eigener Sache. So bleibt es nur wenigen verborgen, dass auch die Politik gebraucht von Facebook macht, was unsere Aufmerksamkeit auf das Thema Partizipation und Facebook lenkte. Die Frage, die sich unsererseits daraus ergab, ist folgende:

Bildet das Soziale Netzwerk „Facebook“ einen Raum zur politischen Partizipation der Bürger im Rahmen öffentlicher Diskurse, in welchem Meinungen ausreichend artikuliert und registriert werden können?

In diesem Zusammenhang sollen verschiedene Faktoren, die für die Klärung unserer Frage von Bedeutung sind, untersucht werden.

Die von uns dazu aufgestellte These lautet: Die Facebook-Seiten der beiden Volksparteien SPD und CDU bieten genügend Raum für politische Partizipation im Rahmen öffentlicher Diskurse, in welchem Meinungen frei entfaltet und artikuliert werden können.

Was uns zur Formulierung unserer These veranlasste, waren verschiedene Berichte zu politischen Demonstrationen, die durch Facebook ins Rollen gebracht wurden. Es zeigt sich also, dass aus Facebook politische Handlungen resultieren können und Menschen mobilisiert werden. In einem Bericht aus dem Internet wird Facebook sogar als die „Keimzelle der breiten Protestbewegung“ bezeichnet. Darüber hinaus hat sich Facebook als ein Netzwerk zahlreicher

Mitglieder weltweit etabliert, in welchem etliche Politiker und Parteien aktiv sind. Die in den Medien bereits erkennbare Vielfalt an Wirkungen rund um die Politik, welche durch Facebook möglich wird, unterstützt den Gedanken unserer These.

Im Folgenden werden die Facebook-Seiten der beiden Volksparteien SPD und CDU untersucht. Hierbei soll mittels einer genaueren Betrachtung, mit Hilfe verschiedener Kriterien und eines elektronischen Interviews deutlich werden, inwiefern solche politische Seiten eine politische Partizipation ermöglichen. Im Vorfeld dieser Untersuchung müssen jedoch die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden, mittels derer die Untersuchungen bewertet und ausgewertet werden können. In der Erörterung unserer Leitfrage und der Untersuchung der aufgestellten These soll wie folgt vorgegangen werden:

Zunächst soll eine theoretische Einführung in die Thematik von Medien, Politik und Parteien durchgeführt werden. Hierzu wird anfänglich das Ausmaß der gegenwärtig gemutmaßten Volksparteienkrise aufgezeigt. Danach wird theoretisch die Begrifflichkeit der Mediendemokratie (verschärft als digitale Demokratie) eingeführt. Im Folgekapitel wird die „deliberative Politik“ nach Habermas erläutert und aus dessen Theoriekomplex die Instrumente für die Auswertung unserer Arbeit abgeleitet. Die darauf folgende Analyse von Facebook beschäftigt sich mit den Seiten der Volksparteien, in welcher durch Auswahl einzelner Fallbeispiele auf Eigenschaften und Besonderheiten der dort stattfindenden Diskussion aufmerksam gemacht werden soll. Im Anschluss werden Habermas' Kriterien im Sinne eines wissenschaftlichen Rahmens an die Analyse herangetragen und daraus die Beschaffenheit der Diskussionen präzisiert. Den Schluss unserer Arbeit bilden ein Ausblick und ein Fazit, dessen Inhalt das Ergebnis unserer Untersuchung darstellt.

2, Krise der Volksparteien in Deutschland? – Wählerbindungen, Repräsentation und Partizipation im 21. Jahrhundert:

Jan Wetterauer

Parteien und ihre Beziehung zur Gesellschaft können aus den Blickwinkeln der Sozialstruktur, des Milieus oder der Interessen betrachtet werden. Die soziale Struktur zwischen Parteien und Gesellschaft ist durch „historische Konstellationen“ und Konfliktlinien bestimmt, während sozialmoralische Milieus eigene Konstrukte darstellen. Die Interessentheorie nimmt hingegen die Strategien der Stimmenmaximierung auf dem Markt der Wähler in den Fokus.

Die vermittelnde Schicht zwischen den Staatsorganen und der Bevölkerung bilden die Parteien. In Art. 21 GG fest als Bestandteil des politischen Systems verankert, befinden sich Parteien im Spiegel gesellschaftlicher Wandlungsprozesse. Volksparteien nehmen rückgehende Mitgliederzahlen wahr, während kleinere Parteien von wachsenden Zugängen profitieren können. Aufgebrochene Wählerbindungen können unter Begriffen wie Säkularisierung oder Individualisierung verortet werden. Doch auch andere Gründe tragen zum modernen Krisenbegriff der Volksparteien bei, welche im Folgenden erörtert werden sollen.

„Öffentlichkeit hat stets zu den Voraussetzungen für Politik gehört.“ Ungeachtet des Politikbegriffes, verstanden als Mechanismen der Entscheidungsfindung oder dem Durchsetzen

von Interessen, hat das kommunikative Element immer seinen Anteil am politischen Geschehen gehabt. Die Thesen der Mediendemokratie seien an dieser Stelle noch außer Acht gelassen. Parteien, als essentielle Elemente der Politik, werden als „traditionelle Schlüsselorganisationen repräsentativer Systeme“ verstanden, welche jedoch im Blickfeld der Parteiendemokratie mit der neueren Erscheinung der Mediendemokratie konkurrieren. Von Alemann unterstellt den Begrifflichkeiten ein „symbiotisches Verhältnis“, da beide Instanzen ihrer Aufgabe als „Vermittlungsagenturen“ gerecht werden müssen. Mit dem Aufstieg der Medienlandschaft wurde ein parallel stattfindendes Zerfallen der Parteien prognostiziert. Jedoch erwies sich das Parteiensystem gegen Ende des 20. Jahrhunderts als niedergangsresistent und wurde im Kontext der EU-Politik als wichtiger Transformationsriemen gesehen. Es sei an dieser Stelle bereits im Hinblick auf das nächste Kapitel festzuhalten, dass Medien in Demokratien oftmals die Stellung einer Vierten Gewalt einnehmen, welche sie dahingehend nutzen können, die anderen drei Gewalten zu kontrollieren, sie auszuspähen und in manchen Fälle in der Öffentlichkeit zu sanktionieren. Art. 5 GG sichert die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung, wodurch Medien in Demokratien zu Sprachorganen des Volkes im Prozess politischer Meinungs- und Willensbildung werden und die öffentliche Meinung prägen können. In diesem Zusammenhang ist nämlich schon zu erwähnen, dass der Einfluss der Medien auf politische Akteure, insbesondere den Parteien, gilt. Parteien können jedoch ebenso auf indirektem oder direktem Wege in den Medien agieren. Drei Modelle können dieses Verhältnis aufdecken. Das Top-Down Modell geht von der Gestaltungsmacht der Parteien aus, welche Entscheidungen treffen, die Tagespolitik bilden und die Medien lediglich das Volk informieren. Die zweite Betrachtungsweise der Mediokratie hebt die Stärken der Medien in der Beeinflussung der politischen Agenda hervor. Das Bottom-Up Modell vertritt die These, dass das Publikum die reale Welt formt und direkt oder indirekt über die Medien politische Entscheidungsträger beeinflusst. Das letztere Modell ist solches, welches postuliert, dass sogenannte NGO`s mithilfe von TV und Internet (v.a. Web 2.0, also Social Web) auf Politik Einfluss zu nehmen versuchen.

Mit der Existenz des Internets, schrieb von Alemann, steht den Parteien ein neues „Hybridmedium zur Verfügung, das den Parteien neue Möglichkeiten als Eigenmedium eröffnet“. Im Gebrauch der Medien zur Zielgruppenerreichung seitens der Politiker, stehen diese mit etlichen andere Nutzern bzw. Verkündern innerhalb publizierender Medien in Konkurrenz, während die Medien ihr politisches Informationsangebot mit alternativen Unterhaltungssendungen spicken. Parteien haben in Anbetracht dessen ihre zentrale Position im Wettbewerb der politischen Agendasetzung verloren. Ein Werkzeug politischer Akteure bildet die Öffentlichkeitsarbeit im Sinne einer medialen Kompetenz. Sie verfolgen „Aufmerksamkeitsstrategien“, wobei sie ihre kommunikativ dargelegten Anzeigen an den „Format- und Nachrichtenkriterien“ des medialen Systems ausrichten. Personalisierung, Inszenierung und Dramaturgie sind stets verfolgte Methoden der Rezipientenaktivierung. Der Fortschritt der politischen Kommunikation in der Öffentlichkeit reflektiert sich in innerparteilichen Prozessen der Willensbildung, welche wiederum von den Medien durchleuchtet werden. Mittels des Internets können kommunikative Räume geschaffen werden, in welchen aufgrund aufstellbarer, begrenzter Zugangsmöglichkeiten nur bestimmte Personen Zugriff haben. Umstrukturierungen der Gesellschaft haben ebenso zu Veränderungen in

der Parteiorganisation geführt. „Denn Organisation basiert in vielerlei Hinsicht auf Kommunikation“.

„Der Wandel der Parteien und des Parteiensystems geht Hand in Hand mit einer medieninduzierten Veränderung des gesamten Politikprozesses.“ Allerdings bleiben den Parteien fundamentale Funktionen ihrer Sinnexistenz bestehen. Dies betrifft beispielsweise die Personalrekrutierung für Positionen im Felde staatlicher Politik, auch wenn Medien hierbei Einfluss auf die letztliche Entscheidung ausüben können. An dieser Stelle seien noch kurz die grundlegenden Funktionen von Parteien in demokratischen Systemen zur Vergegenwärtigung anzureißen.