

Jarren, Sarcinelli, Saxer: Politische Kommunikation S. 253-311

Ulrich Sarcinelli: „Legitimität“

1 Definition und analytische Differenzierungen

- kommunikationstheoretische Relevanz gewinnt Legitimität, da sie auf die Frage nach der Qualität kommunikativ vermittelnder Herrschaft hinweist
- Legitimität knüpft Geltungsanspruch politischer Herrschaft an kommunikative Begründungsleistung
- Herrschaft ist zusatimmungs- und begründungsabhängig
- Zustimmung und Begründung finden Realisierung im Rahmen politischer Kommunikation
- Öffentlichkeit ist notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für Legitimität
- Historisch gibt es zwei Grundströmungen im Legitimitätsdenken
- Politikphilosophisch-normative:
 - Ethische Fundamente und rechtliche Gründe für Verbindlichkeit staatlicher Herrschaft
 - Rechtfertigung von Herrschaft durch Staatsgewalt, soziale Gerechtigkeit, Volkssouveränität u. a.
 - Information und Kommunikation werden erst im modernen Staat berücksichtigt
- Sozialwissenschaftlich-empirische:
 - Subjektive Voraussetzungen und Grad der Anerkennung
 - Aufbau, Zusammensetzung und Veränderung von Legitimität
 - Probleme der Messbarkeit von Legitimität
 - Auseinandersetzung mit Legitimität unter politisch-kultureller Perspektive → konzentriert sich auf politische Kommunikation im Spannungsfeld von herrschaftlicher Setzung, Rechtsgeltung und politischer Unterstützung
- Legitimität fordert die ständige Erneuerung durch kommunikative Vermittlung ihrer Geltungsgründe
- Legitimität ist Determinante und Resultante politischer Kommunikation

2 Problemstellungen, Gegenstände und systematische Zugänge

- durch zwischenstaatliche Verflechtungen und Internationalisierung stellt sich Legitimitätsfrage auch im Kontext zu internationalen Organisationen und Regimen
- angelsächsischer Politikbegriff (polity, policy, politics) zur Klärung diverser Forschungsfragen politischer Kommunikation und deren Probleme
- normative und institutionelle Hinsicht (polity):
 - Verhältnis von Politik und Publizistik
 - Problemstellungen: Autonomie oder Interdependenz, Rolle der Medien als Zentralinstanz zur Herstellung von Öffentlichkeit, Massenmedien stark oder schwach gegenüber Politik
- Ebene der Politikinhalte (policy):
 - Von Belang, wenn Stellenwert der politischen Kommunikation bei der Lösung von Problemen bestimmt werden soll
 - Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit als Instrument der Legitimationsbeschaffung

- Problemstellungen: Einbindung der medialen Öffentlichkeit in institutionelle Entscheidungsverfahren
- Prozessebene von Politik (politics):
 - Untersuchung der Wechselbeziehungen zwischen politischen Entscheidungs- und öffentlichen Kommunikationsprozessen
 - In wie weit verändert der moderne Medienprozess den politischen Prozess?

3 Legitimitätserzeugung im Medium der Öffentlichkeit: Demokratietheoretische Grundmodelle

- legitimatorisch bedeutsam für Fragen der politischen Kommunikation sind zwei demokratietheoretische Basistheorien
- diskurstheoretisches Modell und repräsentationstheoretische Modell
- beide sehen Staat nicht mehr als omnipotente Steuerungsinstanz
- kommunikative Fähigkeiten sind legitimitätsrelevant und legitimationspraktisch geworden

3.1 Das repräsentationstheoretische Modell

- Repräsentation bedeutet etwas nicht präsentes gegenwärtig zu machen und das Handeln von Wenigen (den Herrschern) auf das Volk zurückzuführen
- Legitimationskette kann nur hergestellt werden, wenn Repräsentation als kommunikativer Prozess verstanden wird
- Repräsentationstheoretische Grundfiguren sind der „trustee“¹, der „delegate“² und der „politico“³
- Repräsentative Demokratie muss kommunikative Demokratie sein

3.2 Das diskurstheoretische Modell

- Ziel ist Entwicklung eines kritischen Standpunktes gegenüber dem, was im öffentlichen Interesse ist
- Diskurse erzeugen kommunikative Macht, die die administrative Macht beeinflussen kann
- „Gegenöffentlichkeit“ als zentraler Motor der Demokratie
- neue Probleme können intensiver wahrgenommen werden, Interessen können ungezwungener artikuliert werden → der symbolische Ort der Macht bleibt „leer“
- der vorpolitische Raum gesellschaftlicher Willensbildung (nichtmediale und nichtorganisierte Öffentlichkeit) zum zentralen politischen Ort
- Grenzen deliberativer (beratender) Politik werden gerade dort deutlich, wo etwa in hoch aufgeladenen Wertekonflikten weder in öffentlicher Meinung noch zwischen dieser und dem politischen Entscheidungssystemen mit einem Konsens gerechnet werden kann
- Kernproblem des diskursth. Modells: Schwierigkeiten den schwach institutionalisierten Raum politischer Meinungsbildung auf unterschiedliche Ebenen zu organisieren

¹ Repräsentant als treuhänderischer Anwalt

² Repräsentant als Delegierter seiner Wähler

³ Partei Politik-Vermittler und strategischer Koordinator

- Ungelöst ist auch, wie Verklammerung von deliberativen und institutionellen Politikforen sein soll

4 Anschlussfähigkeit von Legitimität an Arbeits- und Handlungsfelder politischer Kommunikation

- Doppelcharakter von Legitimität: normativer Geltungsanspruch vs. Empirisch messbare Anerkennung

4.1 System- und akteurszentrierte Ansätze

- Staat und Politik als Steuerungsinstanzen sind „entzaubert“ worden → Formwandel politischer Aufgabenerfüllung
- Intrastaatlich und bei staatlicher Aufgabenerfüllung: binnenkommunikative Kompetenz (Interdependenzmanagement → Fähigkeiten, die die besondere Rolle der Politik bei Spannungen zur Geltung bringen)
- „Entzauberung“ der Politik durch Außenkommunikation
- politische Akteure stehen im Kampf um Aufmerksamkeit
- Public Relations ist demokratiekonstitutive Größe
- Problem, vor allem im Wahlkampf, der Symbolpolitik

4.2 Publikumszentrierte Ansätze

- Publikumperspektive von zentraler Bedeutung, weil politisches System ohne Publikum keine Unterstützung und somit keine Legitimität erhält
- Informations- und Kommunikationsangebot schafft Voraussetzungen für politisches Interesse
- Entwicklung zur Subjektivierung von Legitimität durch höhere politische Mobilität
- Legitimitätsüberzeugungen werden Produkt von Information und Kommunikation
- Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Politikverdrossenheit jedoch nicht nachweisbar

5 Legitimitätswandel und politische Kommunikation – Tendenzen, Ambivalenzen und Problemstellungen

- vieles spricht für Annahme dass Legitimitätsempfindlichkeit von Politik zunimmt
- Legitimität wird kommunikationsabhängiger
- Mediensystemen kommt bei Sturz und Delegitimierung nichtdemokratischer Systeme Schlüsselrolle zu
- Hypothesen für Legitimitätswandel:
 - Moderne Nachrichtengeschäft trägt zur permanenten normativen Entstabilisierung bei
 - Durch Ausweitung des Mediensystems verlieren politische Institutionen Thematisierungskompetenz
 - Trend zur Stimmungsdemokratie → Medienlogik statt politische Entscheidungslogik
 - Transformation des Politischen → Visualisierung wird beherrschender Wahrnehmungsmodus
- Dilemma: Politik muss immer wieder unpopuläre Entscheidungen treffen

Jürgen Gerhards: „Öffentlichkeit“

1 Begriffs- und Theoriegeschichte von Öffentlichkeit

- jeder Bürger kann sich freie Meinung bilden
- Öffentlichkeit sind aggregierte Meinungen der Bürger und ein Kollektiv
- Alle Bürger können öffentliche Belange diskutieren → öffentliche Meinung entsteht
→ Grundlage politischer Entscheidungen

2 Bestimmung und gesellschaftliche Bedeutung von Öffentlichkeit

- Öffentlichkeit ist Kommunikationsnetz, öffentliche Meinung Produkt der Kommunikation
- Öffentliche Meinung kann sich von Individualmeinungen unterscheiden
- Bei politischen Entscheidungen: Rückbindung an die Öffentlichkeit
- Öffentliche Meinung nicht feststehend sondern formbar
- Politische Akteure versuchen Öffentlichkeit zu ihren Gunsten zu nutzen
- Moderne Demokratie ohne Öffentlichkeit nicht denkbar

3 Entstehung und Entwicklung von Öffentlichkeit

- Versammlungen erste Öffentlichkeit mit freiem Zugang
- Durch mediale Vermittlung größeres Publikum
- Gegenwärtige Öffentlichkeit = massenmediale Öffentlichkeit

4 Kommunikative Struktur von Öffentlichkeit

- zwei Bedingungen der öffentlichen Kommunikation:
 - Aufmerksamkeit des Publikums gewinnen → Inszenierung von Neuigkeiten
 - Publikum von Positionen überzeugen → Überzeugungskommunikation

5 Gütekriterien und Problemdiagnosen von Öffentlichkeit

- demokratische Kriterien Input, kommunikative Struktur und Output
- Input:
 - Offenheit für alle Bürger im Sinne des gleichen Zugangs
 - Überladung des Entscheidungssystems kann zur Lähmung desselben führen
- Kommunikative Struktur:
 - Diskursivität → Wie entsteht öffentliche Meinung?
- Output:
 - Wirksamkeit im Hinblick auf Beeinflussung des politischen Entscheidungssystems
 - Öffentliche Meinung gewinnt Einfluss, wenn sie Wahlverhalten beeinflusst und direkt umgesetzt wird
 - Generierung nur einer öffentlichen Meinung sehr unwahrscheinlich → Fragmentierung der öffentlichen Meinung
→ wechselseitige Neutralisation

Joachim Detjen: „Pluralismus“

1 Prinzipien des Pluralismus und ihre politisch-kommunikativen Implikationen

- Pluralismus: Vorhandensein einer gesellschaftlichen Bedürfnis-, Interessen- und Organisationsvielfalt
- Individuelle Demokratie des Wahlzettels wird ergänzt durch kollektive Demokratie von Interessensgemeinschaften
- Beruht auf freier Diskussion und Artikulation von Kollektivforderungen
- Pluralistische Gruppengefüge sorgen für nie endenden Kommunikationsvorgang
- Pluralistische Gesellschaft vs. pluralistische Demokratie
- Pluralistische Gesellschaft:
 - Verschiedenartige Kräfte (politische, religiöse, ökonomische Interessen etc.) → gegenseitiges Verhältnis ist Wettbewerb
 - Forderungen an politische Kommunikation: Gebot der Offenheit und angemessene Widerspiegelung der Vielfalt
 - Kommunikationsfreiheit ist Jedermann-Recht
 - Es ist zu gewährleisten, dass Meinungen angemessenen Einfluss haben und zu Wort kommen
- Pluralistische Demokratie:
 - Zwei weitergehende Vorstellungen: a) Spannung zwischen Dissens und Konsens b) Gemeinwohl als Sinngrund aller politischen Bemühungen (Gestalt des Gemeinwohls umstritten)
 - Prüfkriterien für Gemeinwohl: Zumutbarkeit der Entscheidung, Verteilungsgerechtigkeit und Information der Öffentlichkeit
 - Gemeinwohlprofile treten in kommunikativen Wettbewerb

2 Die politische Kommunikation in der pluralistischen Demokratie vor dem Gebot dezisiver Gewaltenteilung

- Bedingung eines funktionierenden demokratisch-pluralistischen Gemeinwesens ist Diskussionsprozess auf sechs Ebenen: Wählerschaft, Interessenverbände, Parteien, Parlament, Regierung und Medien
- Wählerschaft:
 - Volk herrscht, in dem es Regierung kontrolliert
 - Dezisive Gewaltenteilung
- Interessenverbände:
 - Vermittlung gesellschaftlicher Forderungen → Kommunikationskanäle
- Parteien:
 - Aufgabe, das Zusammenspiel zwischen gesellschaftlichen und staatlichen Bereich aufrechtzuerhalten und herzustellen
 - Machen Staat aktionsfähig
 - Institution zur Aufrechterhaltung von Kommunikation zwischen Führung und Volk
- Parlament:
 - Tribüne der Willensbildung
 - Öffentlich parlamentarische Debatte dient Legitimierung
 - Kommunikation ist klassische Aufgabe des Parlaments
- Regierung:

- Verpflichtet sich regelmäßigen Einblick und Einfluss auf politische Führung zu gewährleisten
- Regierungspolitiker haben gegenüber Opposition Beachtungsvorsprung
- Medien:
 - Herstellen von Öffentlichkeit
 - Politische Sozialisation und Integration
 - Information und Artikulation von Sachverhalten
 - Förderung der politischen Meinungsbildung
 - Kontrolle politischer Funktionsträger
- Gesetzgeber hat drei Möglichkeiten zur Widerspiegelung der pluralistischen Gruppenvielfalt
 - Struktureller Binnenpluralismus (öffentlich-rechtlich)
 - Außenpluralismus (privat)
 - Inhaltlicher Binnenpluralismus (Ausgewogenheit bei Privaten)

3 Politisch-kommunikative Herausforderungen der pluralistischen Demokratie

- Problem der Entstabilisierung der Normenordnung durch Nachrichten, weil nur Nachricht ist, was Veränderung bringt
- Korporatismus und Verhandlungsdemokratie → öffentlichen Streit vermeidend, nicht jeder zugelassen → quasi undemokratisch
- Ungleichgewicht der gesellschaftlichen Kräfte
- Vier Kriterien zur Überprüfung der pluralistischen Kommunikationspolitik
 - Autonomie der Massenkommunikationsmittel
 - Zugangspluralität und -offenheit
 - Richtungspolitische Pluralität
 - Kommunikative Basisrückkopplung

Oscar W. Gabriel / Frank Brettschneider: „Politische Partizipation“

1 Formen politischer Partizipation

- Zuschaueraktivität (Sich-Informieren und Wählen) hinzu Gladiatorenaktivität (Mitwirken in Parteien und Gremien)
- Vier Dimensionen: Wählen, Beteiligung am Wahlkampf, lokale Gruppenaktivitäten, Kontaktieren von Politikern
- Unterscheidung zwischen legaler (Wählen, Demos) und illegaler (ziviler Ungehorsam, Randalen) Partizipation

2 Erklärung politischer Partizipation

- abgesehen von Wahlen ist aktive Beteiligung in Deutschland Sache von Minderheiten
- je höher der Bildungsgrad desto höher die Partizipation (Sozialisationsmodell)
- höhere Beteiligung bei größeren Möglichkeiten zur Beeinflussung von Einflussressourcen (Ressourcenmodell)
- Wertewandel (materialistisch zu selbstverwirklichend) verändert Partizipationsverhalten

3 Politische Partizipation und politische Kommunikation

- häufig ist Mediennutzung erster Schritt zu politischer Partizipation → man versucht dann andere von eigener Meinung zu überzeugen (interpersonaler Kommunikation) → Übergang vom Zuschauer zum Gladiator
- mit steigender interpersonaler Kommunikation steigt politische Partizipation
- größte politische Beteiligung ist Gruppe der persuasiven Mediennutzer → fühlen sich besonders kompetent und Politik ist wichtiger Bereich ihres Lebens
- ähnlich stark sind Diskutierer ohne Mediennutzung → Anti-Establishment-Personen

Paul Kevenhörster: „Repräsentation“

1 Vorbemerkung

- Repräsentation setzt Kommunikation voraus

2 Repräsentation: Begriff und Funktion

- Beziehung zwischen zwei Personen und Gruppen, die es ermöglicht macht im Interesse des anderen zu handeln
- Repräsentation erfordert Geflecht von Institutionen → Kommunikationsnetz
- Repräsentation soll vermitteln und politische Systeme lern –und innovationsfähig machen
- Bestimmte Gruppen sind über- andere unterrepräsentiert

3 Repräsentation im demokratischen Verfassungsstaat

- Repräsentanten sind an Wähler und deren Belange gebunden → Frontstellung zwischen freiem Mandat und imperativen Mandat

4 Politiktheoretische Deutungen

- Vertreter hat persönliche Verantwortlichkeit gegenüber Wähler und funktionale Verantwortlichkeit gegenüber Einhaltung bestimmter Standards
- Formalistische Theorie: Personen und Institutionen handeln für andere
- Deskriptive Repräsentationstheorie: Arbeitsweise und Struktur der Organe
- Theorie symbolischer Repräsentation: Glauben und Akzeptanz
- Analytische Repräsentationstheorie: Beziehung und Verhaltensnormen

5 Repräsentation im Prozess der politischen Kommunikation

- intensive Kommunikation zwischen Wähler und Gewähltem
- soll Akzeptanz, Leistungsfähigkeit erzeugen und somit Stabilität schaffen
- Repräsentanten handeln im Interesse der Repräsentierten
- Zwischen Repräsentanten und Repräsentierten besteht konkurrierende Willensbildung
- Politische Befriedigung des Konfliktpotentials notwendig
- Repräsentative Demokratie steht vor Herausforderung Akzeptanz und Leistungsfähigkeit immer neu zu prüfen

Dietrich Herzog: „Responsivität“

1 Bedeutung des Begriffs

- Aufnahmefähigkeit
- Aufgeschlossen gegenüber Wählerwünschen

2 Demokratietheoretische Relevanz

- Stabilität des Systems hängt nicht allein von Verfassung ab, sondern auch von speziellen Einstellungen
- Civic culture = politische Beteiligung
- Auch zwischen den Wahlen muss responsive Beziehung zwischen Repräsentanten und Repräsentierten

3 Empirische Forschungsansätze

- Rollenanalyse
 - Vor allem in Amerika, wegen namentlicher Abstimmung
 - Filter sind politische Einstellung der Abgeordneten selbst und tatsächliche Stimmung in Wahlkreisen
 - Bei z.B. Freiheitsrechten hohe Responsivität, bei Sozialpolitik an Partei gebunden, bei Außenpolitik freie Abgeordnete
- Rollen-Perzeption
 - In Deutschland
 - Wie sehen Abgeordnete sich selbst?
 - Bevölkerung erwartet, dass sich Abgeordnete als Repräsentanten ihrer Wähler verstehen
 - Abgeordneter muss jedoch auch unpopuläre Entscheidungen fällen und sachlich mit Argumenten rechtfertigen
 - Wichtigstes Kriterium für Abgeordneten-Wähler Kommunikation ist Responsivität

4 Kritische Perspektiven

- Responsivität kann nicht Responsibility ersetzen
- Ohne Wahlen läuft Responsivität leer
- Wählerwünsche sind jedoch selten eindeutige Handlungsanleitung