



City Research Online

City St George's, University of London

Citation: Voessing, Konstantin (2018). Digitalisierung verstärkt die politische Polarisierung. Promedia, 21, pp. 30-32.

This is the published version of the paper.

This version of the publication may differ from the final published version. To cite this item please consult the publisher's version.

Permanent repository link: <https://city-ref-test.eprints-hosting.org/id/eprint/21862/>

Copyright and Reuse: Copyright and Moral Rights remain with the author(s) and/or copyright holders. Copies of full items can be used for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes without prior permission or charge, unless otherwise indicated, provided that the authors, title and full bibliographic details are credited, a hyperlink and/or URL is given for the original metadata page and the content is not changed in any way. For full details of reuse please refer to [City Research Online policy](#).

Die Digitalisierung verstärkt die politische Polarisierung

Politisierung und Digitalisierung

Von Prof. Dr. Konstantin Vössing, Humboldt-Universität zu Berlin,
Institut für Sozialwissenschaften



Konstantin Vössing

1996 - 2001 Studium Politikwissenschaft, Sozialwissenschaft und Rechtswissenschaft
2008 - 2009 Dozent an der Ohio State University, Promotion
2009 - 2012 Wissenschaftl. Mitarbeiter, Humboldt-Universität
2013 - 2016, Harvard University und European University Institute (EUI) Florenz
Seit 2016 Gastprofessur Humboldt-Universität

Es gibt unendlich viele Themen, die Menschen und Medien bewegen. Aber das allein bedeutet noch lange nicht, dass ein Thema zu einem Gegenstand der politischen Auseinandersetzung wird, dass sich also politische Akteure mit dem Thema befassen, Positionen beziehen und Initiativen entwickeln. Dieser Prozess des Überführens von Themen aus dem gesellschaftlichen in den politischen Raum der Parlamente, Parteien und Regierungen – also die Politisierung eines Themas – ist nur unter bestimmten Umständen erfolgreich. Wie werden neue Themen politisiert und wie verändert Digitalisierung den Prozess der Politisierung? Führt Digitalisierung durch die Verbreitung sozialer Medien, das explosionsartige Wachstum unmittelbar verfügbarer digitaler Daten und das Entstehen digitaler Plattformen für die Interaktion zwischen Politikern und Wählern dazu, dass Politisierung im digitalen Zeitalter anders funktioniert als in der vor-digitalen Zeit?

Politisierung

Die Antworten auf diese Fragen sind von herausragender Bedeutung nicht nur für die Erfolgsbedingungen politischer Kommunikation, sondern auch für die Zukunft von Demokratie. Welche Themen politisiert werden beeinflusst die Inhalte demokratischer Politik und entscheidet zudem darüber, welche Themen möglicherweise über Jahrzehnte hinweg die politische Auseinandersetzung strukturieren.

Politisierung findet statt, wenn die Sichtbarkeit und Relevanz eines Themas, zum Beispiel die Debatte über die Zukunft der europäischen Integration, in der öffentlichen politischen Auseinandersetzung zunimmt. Die Tatsache, dass Europa vor unserer aller Augen, und parallel zur fortschreitenden Digitalisierung, politisiert wird, macht es zu einem besonders gut geeigneten Fallbeispiel. Die zuvor gängige

Praxis der bewussten Nicht-Politisierung des Europa-Themas durch die politischen Parteien ist spätestens seit den Krisen der letzten fünf Jahre in ganz Europa kontroversen Debatten um die Zukunft des europäischen Einigungsprozesses gewichen.

Es gab auch schon vor diesen Krisen eine ausgeprägte öffentliche Meinung zu Europa, aber das Thema wurde insbesondere in Deutschland von den relevanten politischen Akteuren nur selten und nicht besonders kontrovers diskutiert. So hat sich zum Beispiel keine der deutschen Parteien im Vorfeld der Wirtschafts- und Währungsunion gegen den Euro ausgesprochen, obwohl es eine bedeutende Gruppe von Wählern gab, die diese Position geteilt hätten. Die Union und die FDP, die den Euro als Regierungsparteien eingeführt haben, sind nicht an der Wahlurne bestraft worden. Der Grund dafür ist die fehlende Politisierung des Themas und seine damit einhergehende geringe Relevanz für die Wahlentscheidung.

Mittlerweile ist Europa hochgradig politisiert, weil die öffentliche Meinung zum Thema einen Widerhall im politischen Raum gefunden hat, und weil Europa für den politischen Wettbewerb und individuelle Wahlentscheidungen eine bedeutende Rolle spielt.

Im Allgemeinen lässt sich steigende Politisierung an drei konkreten Mechanismen identifizieren: wenn mehr politische Akteure ein Thema diskutieren, wenn die Anzahl der Diskussionsbeiträge zunimmt und wenn die Auseinandersetzung kontroverser wird. Die Politisierung der europäischen Integration zum Beispiel lässt sich auf alle drei Mechanismen zurückführen.

Europa wurde politisiert, sowohl in Deutschland als auch den meisten anderen europäischen Ländern, weil links- und rechtspopulistische Neulinge die bestehenden Parteien mit euroskeptischen Positionen unter Druck gesetzt haben. Nach dieser zunächst asymmetrischen Form von

Politisierung haben mittlerweile auch pro-europäische Politiker nachgezogen. Sie vertreten ihre Positionen jetzt offensiver und als Teil einer insgesamt kontroverseren Debatte.

Welche Themen politisiert werden, hängt letztlich von den strategischen Entscheidungen der Parteien ab. Politisierung findet also von oben nach unten statt, so dass die Bürger kaum eine andere Wahl haben als sich an den Themen zu orientieren und abzuarbeiten, die von den Parteien aufgegriffen und kommuniziert werden. Druck von unten kann Politisierung begünstigen, aber das jahrzehntelange Ausblenden des Europathemas zeigt, dass die Nachfrage nach bestimmten Politikangeboten allein nicht ausreicht, um Politisierung voranzutreiben. Die Politisierung eines Themas findet im Allgemeinen in solchen politischen Konstellationen statt, in denen sie einem politischen Akteur einen konkreten Nutzen bietet, und in denen dieser Akteur die politische, kommunikative und organisatorische Gelegenheit hat, Politisierung erfolgreich zu betreiben.

Das Europa-Thema eignet sich auch, um verschiedene Zeithorizonte von Politisierung zu illustrieren. Kurzfristige Politisierung bedeutet, dass konkrete Initiativen und andere Anlässe von politischen Akteuren vereinzelt aufgegriffen werden. Auch vor der massiven Politisierung des Europa-Themas hat es zum Beispiel immer wieder Politiker gegeben, die Initiativen aus Brüssel zum Anlass genommen haben, um über die europäische Regulierungswut zu lamentieren. Mittelfristige Politisierung bedeutet, dass neue Themen oder Themenbündel über einen begrenzten Zeitraum intensiv diskutiert werden. So haben zum Beispiel die Eurorettung und die griechische Haushaltskrise für einen begrenzten Zeitraum zu einer intensiven Diskussion mit kontroversen Positionen geführt. Langfristige Politisierung bedeutet, dass Themen und Themenbündel über vereinzelte Anlässe und begrenzte Zeiträume hinaus zu einem konstanten Gegenstand der politischen Auseinandersetzung werden. Die Debatte über die grundlegende Frage, ob wir Europäisierung und Globalisierung wollen, fällt in diese Kategorie. Sie hat sich in den letzten Jahren in Deutschland und den meisten anderen entwickelten Demokratien zu einem permanenten Objekt der politischen Auseinandersetzung entwickelt.

Ob dieses Themenfeld darüber hinaus das Koordinatensystem des politischen Wettbewerbs fundamental neu strukturieren wird, ist eine offene Frage. Für eine solche systemtransformierende Form der Politisierung müsste das Thema zur alles entscheidenden Konfliktlinie aufsteigen, an

der sich Parteien primär abarbeiten und unterscheiden wollen. Der Konflikt zwischen marktliberalen und marktregulierenden Positionen war die dominante systemstrukturierende Konfliktlinie der entwickelten Demokratien des 20. Jahrhunderts, ergänzt seit den siebziger Jahren um den Konflikt zwischen libertären-postmateriellen und traditionell-autoritären Positionen.

Das Entstehen des globalisierungs-, europa- und migrationskritischen Populismus könnte eine systemtransformierende Wirkung haben, nämlich dann, wenn dies dazu beitragen würde, eine Struktur des politischen Wettbewerbs zu etablieren, in der sich Parteien in erster Linie über eben diese Themen streiten, und in der sie ihr Politikangebot an den konkurrierenden kosmopolitischen und nationalen Polen dieser Konfliktlinie orientieren.

Fünf Thesen zum Einfluss von Digitalisierung

Es hat immer wieder technologische Innovationen gegeben, die politische Kommunikation, und damit Prozesse der Politisierung und Mobilisierung verändert oder sogar erst möglich gemacht haben. Die Mobilisierung der Arbeiterbewegung und die Politisierung des Klassenkampfes zum Beispiel sind schwer vorstellbar ohne die technischen Voraussetzungen und Ressourcen, die den effizienten Zeitungsdruck mit hohen Auflagen ermöglicht haben. Und wer weiß, ob der Krieg im fernen Vietnam ohne bewegte Fernsehbilder zum Ausgangspunkt eines neuen systemstrukturierenden Konflikts zwischen traditionellen und libertären Wertvorstellungen geworden wäre. Nach Zeitungsdruck und Fernsehen ist Digitalisierung die entscheidende technologische Innovation für die politische Kommunikation in unserer Zeit, insbesondere durch die Verbreitung sozialer Medien, die umfassende Verfügbarkeit von persönlichen digitalen Daten und die Entstehung digitaler Plattformen für die Interaktion zwischen Politikern und Wählern im Rahmen von Deliberation und Abstimmungen.

Welchen Einfluss könnten diese drei Aspekte der Digitalisierung auf den Prozess der Politisierung haben?

1. Digitalisierung verändert die Mechanismen und Erfolgsbedingungen kurzfristiger und mittelfristiger Politisierung, hat aber nur wenig Einfluss auf langfristige und systemstrukturierende Politisierung.

Die Entkopplung von Lebenswelten in einer polarisierteren und ungleicheren Gesellschaft ist ein Resultat der ökonomischen

und wirtschaftspolitischen Entwicklungen der letzten dreißig Jahre. Populistische Parteien und Netzwerke machen sich dies zunutze, indem sie von diesen Entwicklungen Benachteiligte als Anhänger und Wähler mobilisieren. In diesem Prozess ist Digitalisierung, insbesondere die Verbreitung sozialer Medien, ein wichtiger Inkubator populistischer Erfolge, nicht nur als effektives Mobilisierungsinstrument, sondern auch als ein Mechanismus, der Abkopplung und Selbstreferenzialität in den mobilisierten Gruppen verstärkt. Deswegen ist der Erfolg populistischer Parteien schwer vorstellbar ohne soziale Medien, genauso wenig wie man sich die Arbeiterbewegung schwer ohne bedrucktes Papier und die neuen sozialen Bewegungen der Nachkriegszeit schwer ohne Fernsehbilder vorstellen kann. Dennoch ist die Digitalisierung nicht die Ursache für die Politisierung des Themenfelds Globalisierung, Europa und Migration, genauso wenig wie der Zeitungsdruck den Klassenkonflikt und das Fernsehen die neuen sozialen Bewegungen verursacht hat.

Digitalisierung gibt denjenigen politischen Akteuren, die sie geschickt nutzen, einen Vorsprung bei der kurz- und mittelfristigen Politisierung. Hier kann es immer wieder gelingen, Themen vereinzelt oder über begrenzte Zeiträume hinweg in einem Maße mit digitalen Werkzeugen zu politisieren, das ohne Digitalisierung nicht möglich gewesen wäre. Erfolgreiche langfristige und systemstrukturierende Politisierung profitiert auch von der Digitalisierung. Aber das unvermeidbare Nachholen digital zuvor eher zurückhaltender Akteure wird dazu führen, dass digitale Instrumente zwar unverzichtbar bleiben für die politische Kommunikation, aber langfristig keinen Unterschied mehr machen im Vergleich mit einer hypothetischen nicht-digitalen Welt.

2. Digitalisierung wird die politische Polarisierung verstärken.

Das Aufholen von Expertise in der Nutzung digitaler Werkzeuge wird dazu führen, dass die politisierten Themen der digitalen Welt sich langfristig nicht von den politisierten Themen einer imaginären nicht-digitalen Welt unterscheiden. Aber die Extremität der Positionen von Parteien und Bürgern zu diesen Themen wird größer werden. Das bedeutet, dass Digitalisierung die politische Polarisierung verstärken wird, insbesondere weil soziale Medien hermetisch abgeriegelte Kommunikationsräume etablieren, die den Austausch und die Kompromissfähigkeit reduzieren und damit die Polarisierung politischer Einstellungen vergrößern.

3. Politisierung wird als Folge von Digitalisie-

rung noch stärker als bisher von oben nach unten stattfinden.

Digitalisierung, insbesondere die Verfügbarkeit von persönlichen Daten aber auch die Möglichkeit der direkten Kommunikation mit Wählern durch soziale Medien, macht es Parteien und anderen politischen Akteuren um ein Vielfaches leichter, ihre strategischen Ziele zu verfolgen, indem sie Themen gezielt politisieren oder eben ausblenden. Diese Entwicklung wird einsetzen, sobald Parteien, Politiker und Verbände ihren immer noch vorhandenen Rückstand bei der Nutzung digitaler Werkzeuge aufgeholt haben.

4. Digitalisierung führt nicht zu effektiverer demokratischer Repräsentation, aber immerhin zu mehr innerparteilicher Demokratie.

Der durchschnittlich politisch interessierte Bürger wird auch im digitalen Zeitalter nicht genug politische Expertise haben, um sich vom (dann noch effektiveren) Einfluss von Politikern auf die Politisierung neuer Themen abzukoppeln. Deswegen wird Digitalisierung im Endergebnis nicht zu einem verbesserten System demokratischer Repräsentation führen, in dem Politisierung in erster Linie von unten nach oben stattfinden würde. Das durchschnittliche Parteimitglied hingegen hat die notwendige Expertise. Neue Kommunikationskanäle und neue Formen der Interaktion zwischen Repräsentanten und Repräsentierten im digitalen Zeitalter versetzen Mitglieder in die Lage, ihre Expertise effektiver einzusetzen, und können daher zu mehr innerparteilicher Demokratie führen.

5. Digitalisierung steigert das Potenzial für gut organisierte politische Gruppen außerhalb von Parteien, ihre Anliegen und Positionen in Parteien unterzubringen. Neue digitale Kommunikationskanäle und Interaktionsformen zwischen Repräsentanten und Repräsentierten ermöglichen es nicht nur Parteimitgliedern, sondern auch gut organisierten politischen Gruppen außerhalb von Parteien, ihre Anliegen und Positionen in Parteien unterzubringen. Sie haben einen ähnlichen Expertisevorsprung gegenüber dem durchschnittlich politisch interessierten Bürger, und die Parteien werden sich durch einen weiteren Rückgang ihrer Mitgliederzahl wahrscheinlich immer mehr genötigt sehen, solche und ähnliche Formen der punktuellen Beteiligung zu ermöglichen und zu fördern. ■

Dieser Beitrag basiert auf einem Vortrag des Autors bei der Konferenz „Formate des Politischen 2017 – Medien und Politik im Wandel“, am 9. und 10. November 2017 in Berlin.

„Algorithmen gelten vielen als neutral“

In sozialen Netzwerken ist die Glaubwürdigkeit der Vermittler wichtiger als die der Informationsquelle



Prof. Dr. Wolfgang Schweiger
Geboren: 1968
Studium der Kommunikationswissenschaft, Politik und Rechtswissenschaft
Aufenthalte an der Universität Zürich und der Katholieke Universiteit Leuven
2007 - 2009 Vertretungs-Professor TU Dresden
2009 - 2013 Professor für Public Relations und Technikkommunikation an der TU Ilmenau
Seit 2013 Universität Hohenheim

Interview mit Prof. Dr. Wolfgang Schweiger,
Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, Universität Hohenheim

Algorithmen spielen eine immer größere Rolle, auch bei der Meinungsbildung im Internet. Früher waren die journalistischen Quellen für das Meinungsklima im Land verantwortlich. Heute nutzen 25 Prozent der Gesamtbevölkerung algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle. Journalistische Quellen werden immer weniger angeklickt und haben es schwer im Internet. „Glaubwürdigkeit von Urhebern scheint für Social Media-Nutzer eine nachgeordnete Rolle zu spielen“, so Prof. Dr. Wolfgang Schweiger von der Universität Hohenheim. „Wichtiger ist die Glaubwürdigkeit der Vermittler, also der Kontakte, über die man eine Nachricht weitergeleitet bekommt. So kommt es zu der paradoxen Situation, das Social Media-Nutzer Inhalten fragwürdiger Quellen vertrauen, weil sie diese von Freunden bekommen haben, denen sie vertrauen.“

promedia: Herr Schweiger, es herrscht unter Kommunikationswissenschaftlern inzwischen darüber Einigkeit, dass soziale Netzwerke die Meinungsbildung verändern. Wie stark verändern sie die Meinungsbildung?

Schweiger: Das ist im Augenblick schwer zu sagen. Es hängt von verschiedenen Faktoren ab, von den ich zwei hervorheben möchte: Wie stark führen erstens Filterblasen zu einer einseitigen Informiertheit von Bürgern? Wie stark

also engen die Algorithmen von sozialen Netzwerken, aber auch Suchmaschinen usw. die individuellen Kontakte mit politischen Informationen und Meinungsäußerungen auf meinungskonsonante Aussagen ein? Zweitens: Wie hoch ist der Anteil algorithmisch personalisierter Nachrichtenkanäle an der gesamten Nachrichtennutzung online und offline? Je stärker beide Effekte sind, desto verzerrter ist die individuelle Informiertheit und desto wahrscheinli-