

Auf der Suche nach Öffentlichkeit.

Die Informations- und Kommunikationspolitik des Europäischen Parlaments und der Europäischen Kommission (Abstract).

Wissenschaft und Politik attestieren der Europäischen Union ein Öffentlichkeitsdefizit, das Parlament und Kommission ab Mitte der 1990er Jahre durch diverse Kommunikationsstrategien zu beheben suchen. Zwischen den Organen findet seitdem eine Debatte statt, wie die EU mit ihren BürgerInnen kommunizieren soll, die durch das 2006 von der Kommission vorgelegte *Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik* auch auf ein Publikum außerhalb der Institutionen ausgeweitet wurde. Mehr als zwei Dutzend Berichte und Mitteilungen, die Reformvorschläge und normative Leitlinien enthalten, wurden zwischen 1992 und 2008 hierzu veröffentlicht. Politische Kommunikation zur Legitimation durch die UnionsbürgerInnen ist dabei als kontinuierlicher Prozess zu verstehen, der durch den strukturellen Rahmen in dem Parlament und Kommission handeln, die Funktionszuschreibung durch die europäischen Verträge und die politische Kultur Brüssels bestimmt wird.

Als Grundlage der Analyse dient zum einen das 3-Ebenen-Modell von Klaus (2001), das Öffentlichkeit im Wechselspiel zwischen einfachen, mittleren und komplexen kommunikativen Netzwerken beschreibt: Einfache Öffentlichkeiten entstehen spontan im Alltag unter der Voraussetzung einer gemeinsamen Sprache und der physischen Anwesenheit der TeilnehmerInnen und tragen zur Entwicklung eines für die transnationale Kommunikation förderlichen Wir-Gefühls bei. Komplexe Öffentlichkeiten, zu denen auch die Massenmedien zählen, sind hingegen durch eine klare und nicht umkehrbare Rollenverteilung sowie einer stabilen Struktur gekennzeichnet. Dazwischen befinden sich mittlere Öffentlichkeiten, deren idealtypische Form die Versammlung ist. Sie sind vor allem für jene ÖffentlichkeitsakteurInnen von Bedeutung, die noch keinen Zugang zu den Massenmedien haben. Das 3-Ebenen-Modell wird exemplarisch auf die zahlreichen themenspezifischen Teilöffentlichkeiten angewandt, die den europäischen Entscheidungsprozess begleiten. Zum anderen wurden die drei die Debatte dominierende Öffentlichkeitsansätze, welche mit Kommunikationsstilen

(Brüggemann 2008), z. B. Dialog, in Beziehung gesetzt wurden, zur Analyse der EU-Kommunikationspolitik herangezogen. Der supranationale Ansatz, der die Medienpolitik z. B. bei der Schaffung eines europäischen Fernsehraums in den 1980er Jahren bestimmte, macht eine gemeinsame Sprache, Identität und gemeinsame Medien zu Konstitutionsbedingungen einer europäischen Öffentlichkeit. Während der liberal-repräsentative Ansatz von Öffentlichkeit als Spiegel ausgeht, in dem das Handeln der politischen RepräsentantInnen und der Wille des Demos beobachtbar gemacht werden, zeichnet sich der deliberative Ansatz durch die von Habermas definierten Kriterien des Diskurses aus: Die Dinge des Staates sind an das Raisonement der BürgerInnen geknüpft.

Die EU-Informationspolitik lässt sich über die Policy-Papiere in ihrer Komplexität nicht gänzlich erfassen. Es lassen sich aber Thesen ableiten, wie europäische Öffentlichkeiten aus dem Blickwinkel der Institutionen gestaltet werden sollen und welchen theoretischen Konzepten von Öffentlichkeit diese Bestrebungen entsprechen: Parlament und Kommission streben erstens die Förderung liberal-repräsentativer Teilöffentlichkeiten an: Der Ausbau der Feedbackmechanismen wie das Eurobarometer, die rechtliche Verankerung des Zugangs zu Informationen über den europäischen Entscheidungsfindungsprozess und die Bereitstellung objektiver und an den nationalen Kontext angepasster Informationen über die Massenmedien oder über eigene Kanäle zählen zu den kommunikationspolitischen Strategien. Parlament und Kommission sehen zweitens ihre primäre Aufgabe darin, *Europa* in den nationalen Öffentlichkeiten zu thematisieren, was die Kommunikations-Kommissarin Wallström (2004-2009) unter dem Schlagwort „going local“ zusammenfasst. Über die Thematisierung europäischer Sujets und AkteurInnen sowie die Bewertung nationaler Themen unter europäischer Perspektive sollen die direkten Auswirkungen europäischer Entscheidungen auf den Alltag aufgezeigt und BürgerInnennähe garantiert werden. Die Vermittlungsleistung zwischen UnionsbürgerInnen und Institutionen sowie zwischen den nationalen Teilöffentlichkeiten sollen drittens die Massenmedien übernehmen. Den virtuellen Versammlungsöffentlichkeiten wird vor allem durch die Interaktivität des Internets große Bedeutung von Seiten der Institutionen beigemessen.