

Thesen zu Veränderung von Politik durch Digitalisierung

Christoph Kappes, GRÜNE Akademie der Heinrich Böll Stiftung, 21. Januar 2012

Dieses Thesepapier baut auf einer 40-seitigen Präsentation zur Mechanismen des Internets und Grundlagen auf. Es hat keinen wissenschaftlichen Anspruch, sondern ist aus Überlegungen zur technischen Entwicklung, zu den bisherigen Beobachtungen von Digitalisierung in anderen Bereichen als Politik und mit einem guten Schuss „rough guess“ und „Mut zur Lücke“ entstanden.



Vorweg:

1. Das digitale Zeitalter begann nicht mit „Social Media“ oder „Internet“, sondern Ende der 60er Jahre mit Computern in der Zivilgesellschaft. Es zeichnet sich aus durch Dokumentation (Aufzeichnung), Messung, durch Berechnung, Planung, Simulation, Verdichtung sowie die Steuerung von Prozessen in Schritten und macht Handeln effizienter in dem Sinne, dass es Ressourceneinsatz und Ergebnisse aneinander messbar macht, Information ohne Verzögerung bereitstellt und Standardisierung ermöglicht. Dieser Prozess wird noch mindestens 20 Jahre, eher 50 oder 100 Jahre weiter gehen, und er erfasst nun notwendig auch das Politische System und seine Interaktion mit seiner Umwelt.
2. Der hier betrachtete Zeithorizont ist langfristig, 10-20 Jahre.

(1) Medien

1. Massenmedien sterben nicht, weil es ein Bedürfnis nach standardisierter sozialer Realitätskonstruktion gibt, Massenmedien ein Minimum an kultureller Gemeinsamkeit sicherstellen und weil sie im Informationsökosystem auch die anderen Medien (etwa die Blogosphäre und Social Media) sowie auch andere Teilsysteme der Gesellschaft versorgen.
2. Klassische Medien verlieren aber ihre starke Gatekeeper-Position aus mehreren Gründen. Ihre Wertschöpfungskette wird entbündelt und ggf. verkürzt, so wird die Distribution von technischen Dienstleistern übernommen, die Bestückung mit Werbeinventar, das Trafficmarketing werden entbündelt. Neue Torwächter treten hinzu, Aggregatoren wie Google und Facebook. Im Publikum entstehen Mega-Hubs wie Sascha Lobo, denen viele folgen. Die starren Organisationen im Publishing werden dynamisch, da alles außer Inhalte-Erstellung Dritte erledigen. Es kommt auch nicht mehr auf räumliche Nähe an, so dass verteilte Netze von Journalisten entstehen, die stärker als alte Produktmarken werden können. Nach bisheriger Entwicklung werden aber auch bekannte Einzeljournalisten („Stars“) wichtiger, die in ein gut gepflegtes Bouquet der Multiplikatoren hineingehören.

3. Für die Politik bedeutet dies, dass sie mit vier neuen Arten von Playern zu tun bekommt: „Algorithmischen“ Dienstleistern, Publikums-Mega-Hubs, neuen Journalisten-Marken, „Stars“. Die Diversität nimmt zu.

4. Soweit das Publikum selbst schreibt und direkt mit Politikern kommuniziert, werden Mediatoren ausgeschaltet. Die Macht der Medien nimmt ab, weil beide Enden zusammen finden wollen (Beispiel: Webcam des Präsidialamtes, Bürger sehen Stream, sowie die jüngste Entdeckung von Sigmar Gabriel¹). Beide Enden wollen in elementaren Fragen zusammen finden, weil sie aufeinander angewiesen sind: Die Politiker auf das Publikum und umgekehrt. Auf der Agora braucht es aber keine Medien.

5. Das Internet ermöglicht dem Publikum Einsicht in die Vielfalt der Meinungen (und die Medienqualität). Dies führt zur Schwächung der Leitfunktion der Medien und beim Publikum zu Desorientierung.

(2) Publikum

1. Die Phänomene der Politisierung, des Wissenserwerbs und der Desorientierung des Publikums – jedes für unterschiedliche Teile des Publikums in unterschiedlichem Masse - führen insgesamt zu „Unruhe“².

2. Die Politisierung erfolgt nur bei einer Minderheit, die aktiv diskutiert. Durch internettypische Mechanismen von Verstärkung, Verdichtung und Verteilung wird dies jedoch für viele sichtbar, so dass diese ab gewissen Schwellwerten das Stimmungsbild prägt. Wer den argumentativen Erstschatz ausführt, hat einen Vorteil. Zusätzlich führen Aktivisten „Hacks der Politik“ durch (Imitation, Spiel, Fälschung etc.). Aufgrund der drei Mechanismen und zeitlicher Beschleunigung kommt es zu starken Schwingungen in der Intensität der Meinungsäußerungen und zu Erregungswellen in den sozialen Netzen, die aneinander überlagern. Die Massenmedien stoßen aufgrund ihrer kommerziellen Eigenschaften diese Wellen noch an und verstärken sie. Ob wichtige Mega-Hubs im Publikum oder öffentlich-rechtliche Medien dämpfend wirken werden, ist unklar.

3. Es ist wahrscheinlich, dass die Politik als Ganzes diese Erregungen stärker abbilden (internalisieren) wird.

4. Dieser Prozess dient der Revitalisierung der Strukturen der Politik.³

(3) Akteure der Politik

1. Es entstehen neue politische Akteure, weil die Gesellschaft mehr Komplexität/Diversität bewältigen muss und weil die Eintrittsbarrieren durch Digitalisierung sinken.

2. Dies sind eher fluide Organisationsformen - mit variabler Bindung, Zeitspanne, Zweck, Kenntnis – bis hin zu losen Un-Strukturen wie Flickr und Guttenplag. Sie beherrschen auch Instant-Aktivismus/ -Kampagnen und operieren mit neuen Finanzierungsformen

¹ Facebook, <https://www.facebook.com/sigmar.gabriel/posts/333093273390068>

² vgl. Überlegungen bei Dirk Baecker

³ Luhmann spricht von „Selbstdespontaneifikation und Rechaotisierung“

via Crowdfunding. Letzteres wird zunehmen, wenn es die Wirtschaft für Bonussysteme entdeckt.

3. Vorboten der Entwicklung sind sämtliche Netzpolitik-Akteure (digiges, D64, auch CCC et. al.) sowie Jedermann-Facebook-Fanpages und -gruppen.

4. Möglicherweise dienen soziale Strukturen, die heute im Internet zu finden sind, als Anhaltspunkte für künftige „Partei“-Organisation: Stichworte Open Source, Peer-To-Peer, Guttenplag, Design Thinking. Also Selbstorganisation (monozentrisch, polyzentrisch; redundant; network of networks, User-Modelle, Prototyping, Iteration.)

5. Politik-Akteure in öffentlichen Ämtern müssen sich über Rolle in Gruppenprozessen klarer werden. Empirische Studien zeigen, dass sie unterschiedliches Selbstverständnis haben (im übrigen auch abweichende Wertsysteme zu ihren Repräsentanten). Beispielsweise kann Leadership, Moderation oder Change Management richtig sein.

6. Zu Parteien als wichtigen Sonderfällen der Akteure siehe (8).

(4) Messbarkeit, Vergleichbarkeit und Standardisierung

1. Die Digitalisierung macht Aufwände und Ergebnisse von Politik messbar, dadurch wird der Diskurs rationaler und der Prozess rationalisiert, wie in der Wirtschaft seit 1970.

2. Wiederholung politischer Muster und Replay ihrer Digitalisate führt zum Erkennen der Muster und zu Standardisierung oder Vermeidung.

3. Durch den Wissenserwerb des Publikums müssen auch die Akteure der Politik mehr wissen.

4. Neue Formen von Aggregation, Monitoring, Prognosen und Alarme geben einerseits dem Publikum mehr Sicht auf sich selbst, und andererseits der Politik gute Sichten auf das Publikum. Durch diese neuen Formen wird die Notwendigkeit der heute propagierten 1:1-Kommunikation der Politikakteure mit Jedermann in Frage gestellt.

5. Jedermann hat frei verfügbare Dashboards mit Politik-KPIs⁴, mit denen z.B. soziale Messwerte angezeigt und verglichen werden können sowie Wählermeinungen (mit Drilldown und Filtern) und Performance-Kennzahlen der politischen Ergebnisse (Statistiken aller Art, Ranking nach Anzahl verfassungswidriger Gesetze etc.) und ihrer Akteure (Abwesenheitsquote im Plenum, durchgesetzte Vorhaben etc.).

6. Software-Agenten der politischen Akteure antworten automatisch oder halbautomatisch oder agieren regelabhängig (Standardisierung, Delegation, Automatisierung wie im Callcenter/Shop beim E-Mail-Bulk-Management)

7. Politiker twittern in der Regel nicht mehr ziellos, sondern zielgruppenoptimiert (Targeting/CRM/Database Marketing). Und nicht alle Politiker twittern gleichermaßen,

⁴ Key Performance Indikatoren (= die wichtigsten Kennzahlen, um die Leistung z.B. einer Organisation zu steuern)

sondern in Umfang, Intensität und Zielgruppe im Rahmen ihrer Aufgaben. Einzel-Kommunikation setzt sich am Ende nicht durch, weil sie Vollkosten je Vorfall von durchschnittlich 12 EUR produziert, die auch durch Delegation nicht unterhalb eine Kostengrenze von 5 EUR gesenkt werden können.

8. Die Effizienz von Kommunikationsmaßnahmen und die Akzeptanz von Standpunkten werden in A/B-Tests mit Testpopulationen gemessen (s.u. 8.8).

(5) Transparenz zwischen Teilsystemen

1. Durch die Hauptmechanismen des Kopierens und Automatisierens hebt das Internet informatorische Differenzen auf (zwischen beliebigen (!) Sphären)

2. Das Internet und Digitalisierung führen dazu, dass alle gesellschaftlichen Teilsysteme stärker dokumentieren (i.S.v. Aufzeichnen in Dokumente und Datenbanken)

3. Beide Phänomene zusammen führen zu erhöhter Transparenz zwischen den gesellschaftlichen Teilsystemen und erleichtern der Politik, relevante Inhalte anderer Systeme intern abzubilden.

4. So kann die Politik mehr Komplexität verstehen und verarbeiten, so nimmt sie auch Diversität ihrer Umwelt besser wahr.

5. Was nicht dokumentiert ist, gilt als nicht geschehen.

(6) Formen der Zusammenarbeit

1. Die neuen Möglichkeiten der Gruppenzusammenarbeit werden zur gehobenen Kulturtechnik. Die Verbreitung dieser Werkzeuge setzt sich durch, denn sie ermöglichen örtlich unabhängige Zusammenarbeit und skalieren Organisationen räumlich und hierarchisch.

2. Beispiele heute sind z.B. Bearbeitung von Office-Dokumenten, Wikis, Hangouts. Meinungsbilder, Argumentationsleitfäden. Einige Software-Generationen weiter wird man aber auch spezifische Tools bzw. abstraktere Methodik haben, um politisch zusammenzuarbeiten. Dies verkürzt nochmals Zeiten und verbessert Ergebnisse.

3. Die Zusammenarbeit mit digitalen Werkzeugen ersetzt den persönlichen Kontakt nicht. Wie im Verlauf der Diskussion um E-Learning wird es nach einem Hype der Technokraten zu einer sinnvollen und integrativen Mischung aller Formen kommen, siehe *Blended Learning*.

4. Die Aufgabe von Politik ist es, neben dem Diskurs auch verbindliche Entscheidungen zu erzeugen. Der ideale Prozess der Gesetzeserzeugung hat Ähnlichkeiten mit dem Software-Engineering-Prozess, vom Anforderungsmanagement über das Versionsmanagement bis zu Bugtracking, Qualitätssicherung und Releasemanagement. Politik erzeugt Software im Sinne von Handlungsanweisungen. Law is code. Code is being executed.

(7) Transparenz

1. Dem Zeitgeist der Transparenz kann sich die Politik gegen den Souverän nicht widersetzen.
2. Infolge dessen erhält das Publikum Einblick in die Profanität politischen Handelns und der Qualität ihrer Akteure.
3. Die Kenntnisnahme der Realität führt zum Zusammenbruch der Erzählung vom Politiker als Staatsmann, Vorbild, Saubermann.
4. Die eintretende Transparenz („Ich will ein gläserner Abgeordneter sein“) führt zur partiellen Selbst-Entmenschlichung der politischen Akteure, welche die Politik nicht attraktiver macht. Dieser Prozess ist unvermeidbar, da jedes anscheinend private Handeln unter dem Verdacht steht, nur scheinbar privat zu sein, bis es durch den Gegenbeweis widerlegt ist. Dieser Prozess ist auch unumkehrbar, weil der Souverän ihn treibt, denn die Transparenz anderer kostet ihn nichts, sondern bestätigt sogar seinen Mangel an Vertrauen, bis der Abgeordnete gläsern ist.
5. Da das Publikum von seinen tradierten Wunschvorstellungen nicht Abstand nimmt, wird es nach dem Prinzip des *Hire & Fire* die Politikressourcen solange austauschen, bis sie entweder verschlissen oder perfekte Schauspieler sind.

(8) Parteien

1. Auch Parteien ändern ihre Organisation in fluide Formen. Die Frage von Mitgliedschaft wird zugunsten von Mit“arbeit“ nebensächlich. Dauerhafte Bindung wird nicht erwartet. Es gibt keine Lager, sondern ein dynamisches Zusammenwirken Vieler mit unterschiedlicher zeitlicher Bindung. s.o. (3) Ziffer 2.
2. Um Kommunikationszugang zu den Mega-Hubs im Publikum (lesend wie schreibend) zu optimieren, erhöhen Parteien ihre Diversität. Sie erreichen so einerseits andere Netzwerkknotten besser, andererseits bilden sie die gesellschaftliche Diversität besser ab. Personen mit hoher Reichweite und Mehrfachrollen zu aktivieren ist das Ziel (zum Beispiel Schauspieler), da die strikte Rollentrennung auch für diese Personen nicht durchhaltbar ist.
3. Weil Politikergebnisse messbarer, vergleichbarer und somit transparenter werden, kann es zu einer Rationalisierung von Politik oder zu einer Emotionalisierung kommen. Volksparteien werden so selbst entweder zum Betriebssystem (mit sehr vager inhaltlicher Festlegung) oder zu einem manipulativen Wählerfangverein – oder sie zerfallen durch Ausgründungen und Seitenableger, die selbst wiederum von Wahl zu Wahl neu konfigurieren. Das ist nicht besorgniserregend, weil im Unterschied zu historischen Gegebenheiten der Parteienzersplitterung die neuen Konstellation von vornherein vernetzte Strukturen sind (sozusagen GRÜN 1, GRÜN 2, GRÜN 3, ggf. auch mit Mehrfachzuordnungen von Personen). Die innere Organisation faltet sich also „inside-out“.
4. Personen werden wichtiger als die Partei. Es ist die Person, die über das Beziehungsgeflecht verfügt, und Vertrauen in große Netzwerke als Institutionen ist schwerer herzustellen. Für diese Prognose sprechen auch die beiden Alternativen der

(parteiübergreifenden) Rationalisierung oder der Emotionalisierung sowie schließlich die vermeintlich direktere Möglichkeit, im digitalen Raum mit der Person zu kommunizieren (z.B. Online-Webinar, -Sprechstunde, -Vortrag, -Anhörung). Die bisher fast ausschließlich geprägte medial vermittelte Wirklichkeit einer Person tritt dahinter zurück.

5. Rollen in Parteien werden sich ausdifferenzieren, die wir bisher noch nicht kennen. So mag es den Creator geben, den Denker, das Mega-Hub, das Frontschwein, den Newsbroker, den Kampagnenspezialisten, den Fremdkommentierer, den Satire-Video-Produzenten etc. Jeder macht, was er kann, in einer dynamischen Projektorganisation.

6. Die Bedeutung der Geographie als Ordnungsmerkmal für die innere Organisation von Parteien nimmt dramatisch ab, da gemeinsame Interessen und Themen als Bindemittel stärker werden. Gleichzeitig kommt es durch einen Boom an „Local Services“ zu einer Revitalisierung der Politik in der örtlichen Gemeinschaft, vgl. „Glokalisierung“. (Für die soziale Kommunikation werden Sprachbarrieren durch Digitalisierung und Englisch als einheitliche Sprache geringer werden.)

7. Parteien werden zu Medien, die nach eigener Regie in eigenen Formaten direkt mit dem Publikum kommunizieren und als Originalquelle nicht mehr auf Vermittler angewiesen sind. Der Partei-Talk kommt.

8. Politik wird das Publikum im Hinblick auf Wahlverhalten in Echtzeit messen. Hierzu stehen der politischen Spitze – anders als Jedermann (s.o. (4)) - Enterprise-Versionen von *Management Informationssystemen (MIS)* mit Dashboards zur Verfügung, welche die Folgen von Kommunikation in kleinen Testpopulationen simulieren können.

9. Gleichartige Software benutzen auch Lobbyisten, Aktivisten, Fanatiker und politische Gegner. Ob sie dem Reiz widerstehen, systematisch Informationsverschmutzung des digitalen Ökosystems zu betreiben, ist unklar.

(9) Demokratie als Herrschaftsform

1. Die Digitalisierung birgt die Antwort auf den lange schwelenden Streit zwischen indirekter und direkter Demokratie, welche beide Vor- und Nachteile haben.

2. Entgegen den bisherigen Ausprägungen repräsentativer Strukturen erlaubt Software temporäre, spezifische, mehrstufige Delegationen, die zudem individuell unterschiedlich ausfallen. So könnten Meinungsbilder erzeugt und eine stärkere Rückkopplung der Repräsentanten erreicht werden. Hiervon strikt zu unterscheiden ist die Wahl von Repräsentanten, die vor allem den Anforderungen nach Art. 38 GG entsprechen muss.

3. Liquid Feedback sieht aus wie eine Software, ist aber ein Prozesswerkzeug.

4. Bei stärkeren nervösen Schwingungen und Aufschaukelungen zwischen Publikum, Medien und Politik kann es sinnvoll sein, den Meinungsbildungsprozess der Repräsentierten stärker von der Wahl der Repräsentanten zu entkoppeln. Tourbillon-Politik.⁵

⁵ <http://de.wikipedia.org/wiki/Tourbillon>

Diese Inhalte darf jedermann frei kopieren, sofern er unter Namensnennung des Autors auf die digitale Version auf www.christophkappes.de verweist oder bei Online-Zitaten verlinkt.