

Europäische Öffentlichkeit und Europäische Identität

Abstract zu einer Bachelorarbeit im Kurs: *Gesellschaft, Kultur, sozialer Wandel: Das Modell des Europäischen Wohlfahrtsstaates (SS 2015)*

Thomas Klebel; 1073073

19. Mai 2015

1 Themenexplikation

Das Demokratiedefizit der EU kann mittlerweile als Allgemeinplatz gesehen werden. Eine fehlende demokratische Legitimierung, eine fehlende *europäische* Öffentlichkeit und die zum Teil öffentlich zelebrierte Abwehr gegen Verordnungen aus Brüssel prägen das Bild. Bemühungen um eine Veränderung des status quo setzen an vielen verschiedenen Punkten an. Habermas (2013) und Hill (2013) skizzieren eine Veränderung der demokratischen Strukturen, um zu einer stärkeren Legitimation der EU zu gelangen.

Direkt verbunden mit der Frage nach den demokratischen Institutionen der Europäischen Union ist aber auch die Frage nach einer europäischen Öffentlichkeit. Demokratie funktioniert nicht ohne Öffentlichkeit (Vgl. Schildberg (2010, S. 32)). Es braucht einen Austausch über zur Diskussion stehende Themen, Konsens und Dissens in Bezug auf europäische Entscheidungen. Dieser Austausch findet jedoch nur rudimentär statt. In der geplanten Arbeit soll eine Bestandsaufnahme über den aktuellen Zustand der europäischen Öffentlichkeit versucht werden. Ich werde der Frage nachgehen, welche Arten von (politischer) Öffentlichkeit es in der soziologischen Theorie gibt, und welche Art der Öffentlichkeit am ehesten in der Lage scheint, eine *europäische Öffentlichkeit* zu bilden.

Für diese Fragestellung werde ich mich an den von Schildberg (2010) vorgebrachten Positionen in der Forschung orientieren:

Während *erstens*, die mangelnde institutionelle Demokratisierung der EU als Ursache für das Öffentlichkeitsdefizit veranschlagt wird und damit einhergehend institutionelle Reformen als notwendig angesehen werden, wird dem *zweitens* entgegengesetzt, dass für die Demokratisierung der EU zunächst eine Öffentlichkeit gegeben sein müsste, damit solche Reformen überhaupt wirken könnten. *Drittens* wird das Fehlen einer europäischen Öffentlichkeit auf die Sprachenvielfalt innerhalb der EU zurückgeführt oder mit dem Fehlen europäischer Massenmedien erklärt. (Schildberg 2010, S. 32)

Verbunden mit der Frage der Öffentlichkeit ist auch die Frage der Identität. Für die Beteiligung an einem öffentlichen Prozess der Auseinandersetzung über europäische The-

men scheint eine gewisse Identifikation mit *Europa* im Allgemeinen, und der *Europäischen Union* im Speziellen eine gewisse Voraussetzung zu sein. Insofern scheinen Öffentlichkeit und Identität in einem Teufelskreis gefangen: Als Basis eines (kulturellen) Identitätsempfindens können einerseits, nach Segers und Viehoff (1999, S. 28) „stabile Traditionen und ein generationsübergreifendes, legitimes Geschichtsbewußtsein“, andererseits, und im Gegensatz dazu, Kommunikation über Deutungen der Lebenswelt fungieren: „Wenn ein Gemeinsames identifiziert wird, dann nicht auf Grund von Geschichte, sondern deswegen, weil sich Institutionen der Kommunikation kultureller Sinnzusammenhänge ausgebildet haben, die festlegen, was als Gemeinsames kommuniziert werden soll.“ (Eder 1999, S. 160) Wenn aber einerseits kein geteiltes Geschichtsbewußtsein vorhanden ist, und andererseits für die Bildung einer Öffentlichkeit eine geteilte Identität vonnöten ist, die nur durch Kommunikation über Gemeinsames entstehen kann, so scheint aus diesem Kreis kein Ausweg möglich.

Neben der theoretischen Frage nach den Voraussetzungen, die zur Herausbildung einer europäischen Identität führen könnten, lassen sich auch die empirische Frage danach stellen, ob, und wenn ja, welche Personengruppen sich heute als Euroäer_innen fühlen. Diese Frage führt insofern zurück zur Frage der Öffentlichkeit, als das gängige Instrument für die Messung dieses Sachverhalts, das *Eurobarometer*, ursprünglich als Instrument geschaffen wurde, um eine europäische Öffentlichkeit zu konstruieren (und diese konstruierte Meinung dann in der Folge zu messen). (Vgl. Pausch (2009, S. 542)) Auch die Rolle des Eurobarometers, seine unterschiedliche Rezeption in der Forschungsliteratur und die ursprünglich mit dem Aufbau des Instruments verbundenen Hoffnungen sollen thematisiert werden.

Als weitere interessante Fragestellung erscheint die Bedeutung sozialer Schichten auf den Grad der Identifikation mit der EU, und in der Folge auf den Grad der Partizipation an demokratischen Institutionen der EU (Wahlen, aber auch die Beteiligung an einer wie auch immer gearteten „europäischen Öffentlichkeit“). Dieser Aspekt muss aber voraussichtlich in der geplanten Arbeit unbeachtet bleiben, soll der Rahmen der Arbeit nicht komplett gesprengt werden.

2 Fragestellungen

Die zentrale Fragestellung der Arbeit lautet: *In welchem Verhältnis stehen europäische Öffentlichkeit und europäische Identität zueinander?* Anknüpfend daran die hypothetische Frage: *Wäre es möglich, durch eine Stärkung der europäischen Öffentlichkeit mehr Identifikation mit der EU zu erreichen, also eine Art geteilter europäischer Identität herauszubilden?*

Neben der Frage nach einer auf den Konsum von Nachrichten ausgelegten Medienöffentlichkeit, soll sich die Arbeit auch mit aktuellen Versuchen einer *partizipativen* europäischen Öffentlichkeit beschäftigen. Insofern lauten die Fragestellungen: *Gibt es für breite Bevölkerungsschichten Möglichkeiten zu einem Austausch über europäische Themen und Fragen auf europäischer Ebene? Wenn es einen solchen Austausch gibt, auf welche Art und Weise findet er statt?*

Auf Seiten der europäischen Identität wird sich die Arbeit unter anderem mit folgenden Fragestellungen beschäftigen: *Was lässt sich unter einer europäischen Identität verstehen? Welche Ebenen einer europäischen Identitätsbildung werden in der Literatur diskutiert?* Empirisch dazu: *Wer fühlt sich heute als Europäer_in?*

3 Vorläufige Gliederung

1. Einleitung
2. Europäische Öffentlichkeit
 - a) Begriffsklärung
 - b) Wege zu einer europäischen Öffentlichkeit
 - i. Nationale Medien und europäische Öffentlichkeit
 - ii. Transnationale Massenmedien
 - iii. Deliberation im europäischen Entscheidungsfindungsprozess
 - c) Aktuelle Formen einer europäischen Öffentlichkeit
 - i. Europäische (Massen)Medien - Eine Bestandsaufnahme
 - ii. Bürgerbeteiligung in Europa: *Your Voice in Europe*
 - d) Probleme einer europäischen Öffentlichkeit
3. Europäische Identität
 - a) Begriffsklärung
 - b) Wege zu einer europäischen Identität
 - i. Geteiltes Geschichtsbewusstsein als Weg zu geteilter Identität
 - ii. Massenmedien als Vermittler von Kultur
 - c) Das Eurobarometer – Schaffung und Messung einer europäischen Identität
 - d) Probleme auf dem Weg zu einer europäischen Identität
 - i. Nationale Identität versus europäische Identität versus globale Identität
4. Öffentlichkeit und Identität: Gegenteilige Voraussetzungen?
5. Fazit

4 Zeitplan

Der geplante Arbeitsverlauf der Arbeit gliedert sich in mehrere Phasen:

- **Literaturrecherche:** Abschluss der Phase bis 5. Juli 2015
- **Erstellung der Erstversion:** 5. Juli – 30. August 2015

- **Abgabe der Erstversion:** 31. August 2015
- **Endgültige Abgabe der korrigierten Version:** Maximal bis Ende Oktober 2015

Literaturverzeichnis

- Eder, Klaus (1999). „Integration durch Kultur? Das Paradox der Suche nach einer europäischen Identität“. In: *Kultur, Identität, Europa: über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Hrsg. von Reinhold Viehoff und Rien T. Segers. 1. Aufl. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 1330. Frankfurt: Suhrkamp. ISBN: 3518289306.
- Habermas, Jürgen (2013). „Democracy, Solidarity And the European Crisis“. In: *Roadmap to a Social Europe*. Hrsg. von Anne-Marie Grozelier et al., S. 4–13.
- Hill, Steven (2013). „Europe’s Democracy Deficit: Putting Some Meat On The Bones Of Habermas’ Critique“. In: *Roadmap to a Social Europe*. Hrsg. von Anne-Marie Grozelier et al., S. 37–43.
- Pausch, Markus (2009). „Eurobarometer und die Konstruktion eines europäischen Bewusstseins“. In: *Umfrageforschung*. Hrsg. von Martin Weichbold, Johann Bacher und Christof Wolf. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 539–552. ISBN: 978-3-531-16319-2, 978-3-531-91852-5. URL: http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91852-5_26 (besucht am 17.05.2015).
- Schildberg, Cäcilie (2010). *Politische Identität und soziales Europa: Parteikonzeptionen und Bürgereinstellungen in Deutschland, Grossbritannien und Polen*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 360 S.
- Segers, Rien T. und Viehoff, Reinhold (1999). „Die Konstruktion Europas. Überlegungen zum Problem der Kultur in Europa“. In: *Kultur, Identität, Europa: über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Hrsg. von Reinhold Viehoff und Rien T. Segers. 1. Aufl. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 1330. Frankfurt: Suhrkamp. ISBN: 3518289306.