

MITTEILUNGEN

Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel
Bericht über die Jahrestagung 1995 der Arbeitskreise »Politik und Kommunikation« in der
DGPuK und der DVPW in Lauenburg/Elbe

Vor dem Hintergrund der allseits bekannten Strukturveränderungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland beschäftigte sich der Arbeitskreis »Politik und Kommunikation« in seiner letztjährigen Tagung insbesondere mit den daraus resultierenden Konsequenzen für Produktion, Inhalte und Wirkungen politikbezogener Kommunikation. Nachdem sich der Kreis in den letzten beiden Jahren verstärkt der Theorieentwicklung in seinem Feld gewidmet hatte, standen diesmal wieder die empirisch orientierten Analysen im Vordergrund der Bestandsaufnahme. Um es vorweg zu sagen: Wie die Fülle und Qualität der vorgestellten Forschungsarbeiten belegte, kann der Arbeitskreis inzwischen als ein Zentrum der politik- und kommunikationswissenschaftlich relevanten Forschungen zum Zusammenhang von Medien und Politik in der Bundesrepublik Deutschland gelten. Auch die Referate der hier angezeigten Tagung werden wieder im Rahmen eines Sammelbandes veröffentlicht, der im Frühjahr 1996 im Westdeutschen Verlag erscheinen wird. Dort wird man dann auch in Ruhe nachlesen können, was auf der Tagung selbst oft nur kurz andiskutiert werden konnte.

Die erste wissenschaftliche Abteilung beschäftigte sich mit dem Zusammenhang von Politikberichterstattung, Skandalisierung und Politikverdrossenheit. In seinem von Uwe Hartung vorgelegten Einleitungsreferat bestätigte *Hans Mathias Kepplinger* (Mainz) zunächst die Vermutung, daß die Neigung zur Skandalisierung von Politik in den Medien der Bundesrepublik Deutschland in den vergangenen Jahrzehnten deutlich zugenommen hat. Ausweislich einer groben Inhaltsanalyse läßt sich beispielsweise zeigen, daß sich die Zahl der Skandalberichte im Nachrichtenmagazin »Der Spiegel« von 1950 bis 1990 etwa verdreifacht hat. Andere Indikatoren weisen einen ähnlichen Trend auf. Daraus läßt sich zwar nicht umstandslos folgern, daß auch die Zahl der Mißstände und die Häufigkeit des Fehlverhaltens eine ähnliche Entwicklung durchgemacht haben, schließlich könnten sich

auch »nur« die Nachrichtenwerte oder andere (interne und externe) Faktoren im Journalismus verändert haben. Für die Betrachtung von Skandalfolgen in der Bevölkerung wäre dieser Unterschied aber eher unerheblich. Im Hinblick auf solche Folgen konkurrieren zwei Thesen miteinander. Zum einen wird vermutet, Skandale seien tendenziell funktional für die Demokratie, weil die Aufdeckung von Wert- und Normverletzungen die betreffenden Werte selbst in Erinnerung rufen und in ihrer Geltung bekräftigen. Dagegen wird argumentiert, daß die permanente Skandalisierung in einer Art Gewöhnungsprozeß eher zur Abstumpfung und Apathie gegenüber Normverletzungen verführt und schließlich nur dumpfe Ressentiments und diffuse Politikverdrossenheit hinterläßt. An empirischer Forschung zu beiden Thesen mangelt es.

Lutz Erbring und *Mike Friedrichsen* (Berlin) demonstrierten in ihren Beiträgen, wie sich an den von Kepplinger angerissenen Fragen weiterarbeiten läßt. Sie stellten das Design und erste Befunde einer breit angelegten Studie über politische Themen, Akteure und ihre Wahrnehmung im »Superwahljahr« 1994 vor. Zentral ist dabei die Unterscheidung zwischen personenbezogenem Politikverdruß (besser: Politikerverdruß) und sachbezogenem Verdruß, der sich an mangelhafter Behandlung von Sachproblemen entzündet. Eine umfassende Messung des Phänomens wird Indikatoren für beide Varianten der Politikverdrossenheit zur Verfügung stellen müssen. Auf der Basis einer Vorabauswertung wagte Mike Friedrichsen die These, daß sich die vermittelte und wahrgenommene Skandalisierung der Politik durch Medien im Jahr 1994 negativ auf das Image der sogenannten »Altparteien« ausgewirkt hat, aber eher positiv für die »neuen« Parteien (Bündnis 90/Die Grünen, PDS) wirkte. Beide Referenten gingen insoweit von einem positiven Zusammenhang zwischen medialer Berichterstattung über politische Skandale und Parteien- bzw. Politikverdrossenheit aus.

Die beiden verbleibenden Beiträge zu dieser Abteilung konzentrierten sich stärker auf die

Rolle der Medien bei der gesellschaftlichen Skandalisierung von Politik. Während *Horst Pötcker* (Dortmund) im Anschluß an die Selbstständigkeitsthese von Marcinkowski die wachsende Autonomie des publizistischen Funktionssystems für seine mangelnde Verpflichtung auf Gemeinwohlkriterien und gleichzeitige Neigung zur Perpetuierung populistischer Vorurteile verantwortlich machte, schilderten *Stefan Dahlem*, *Uwe Hartung* und *Peter Eps* (Frankfurt/Main, Mainz) im Rahmen einer detaillierten Fallanalyse zur Skandalisierung der Vergangenheit von Werner Höfer die Rolle von Enthüllungsbeiträgen in der Produktion publizistischer Themenkarrieren. *Günter Bentele* (Leipzig) näherte sich dem Problem schließlich über den Begriff des Vertrauens und den Vertrauensverlust von Politik und Medien. Danach resultiert Vertrauenserosion vor allem aus wahrgenommenen Diskrepanzen, etwa zwischen Sagen und Tun, zwischen dem Handeln derselben Akteure zu unterschiedlichen Zeitpunkten, zwischen dem Handeln unterschiedlicher Akteure dergleichen Gruppe usw. Während Öffentlichkeitsarbeit ständig bemüht ist, den Anschein solcher Diskrepanzen zu verdecken, liegt den Medien gerade an dem Hinweis auf Diskrepanzen, denn Widerspruch ist ein wichtiger Nachrichtenwert. Daraus resultiert der Vertrauensverlust in die Politik.

Als Fazit des Vorgetragenen ist festzuhalten, daß die grundlegenden analytischen Kategorien der Forschung zum Zusammenhang von »Medienpolitik« und Politikverdrossenheit noch zu wenig expliziert und valide meßbar sind. Das gilt zuvorderst für den Begriff der Politikverdrossenheit selbst. Das Problem mit den hier verwendeten Indikatoren besteht offenbar darin, daß sie sich oftmals auch als Ausdruck eines vertieften Politikverständnisses, also genau umgekehrt interpretieren lassen, was natürlich zu gänzlich anderen Schlußfolgerungen führen würde. So kann ja Nichtwahl als sehr bewußter politischer Akt oder gar als Ausdruck besonderer politischer Zufriedenheit verstanden werden, genauso wie die vermehrte Zuwendung zu kleineren Parteien am Rande des etablierten Spektrums. Die rückläufige Kompetenzvermutung könnte ihren rationalen Kern in der zunehmenden Komplexität der tatsächlichen Probleme haben. Angesichts dieser gestiegenen Komplexität wäre dann auch der vollständig informierte und rein sachlogisch entscheidende Wahlbürger die Fiktion eines idealisierten Politikverständnisses der Wissenschaft und die vermeintlich unzurei-

chende Orientierung an Sympathie, Glaubwürdigkeit und Vertrauen ein sehr rationales Verhalten und kein Hinweis auf Verdruß.

Wie immer die kausalen Zurechnungen aussehen, fest steht, daß die Politik selbst auf das wahrgenommene Problem der Politikverdrossenheit reagiert. Die Frage nach den Strategien und Instrumenten, die dabei zum Einsatz kommen, stand im Mittelpunkt der zweiten Abteilung. *Barbara Pfesch* und *Kerstin Dahlke* (Berlin) konzentrierten sich in ihrem Beitrag auf die Rolle der Öffentlichkeitsarbeit. Die zentrale Kategorie der Tagung aufgreifend stellten sie die Frage, ob Öffentlichkeitsarbeit (auch) Politik oder (nur) Vermittlung ist – ob sie also systematisch mit der Ebene des politischen Prozesses verknüpft ist und insofern auch seiner inhaltlichen Steuerung dient oder aber jenseits aller Inhalte und Sachprobleme ein diffuses und undifferenziertes Handlungsfeld rein technokratischen Vermittlungshandelns darstellt.

Mit einer anderen Reaktionsweise der Politik auf wachsende Unzufriedenheit in der Bevölkerung, nämlich der verstärkten Hinwendung zu demoskopischen Instrumenten, beschäftigte sich *Winand Gellner* (Trier und Passau). Seiner These zufolge unterwerfen sich die politischen Parteien zunehmend einem andauernden Plebiszit durch Demoskopie und Medienberichterstattung. Sie tun dies, weil demoskopischen Aussagen der schöne Schein der Eindeutigkeit anhaftet, während die Politik selbst, um niemanden zu verprellen, immer den Makel der Uneindeutigkeit mitschleppt. Außerdem seien die Institute heute pragmatischer und offener gegenüber den Kundenwünschen, auch was die Ergebnisse angeht, die sie abliefern. Wenn aber die Demoskopie im Zuge dieser Entwicklung an Bedeutung im politischen Prozeß gewinnt, dann tut die Wissenschaft gut daran, den demoskopischen »Markt« genauer als bisher zu beobachten.

Die Wahlwerbesspots der Parteien als politische »Handlungsmedien« waren das Thema von *Peter Szyszka* (Offenburg). Den aktuellen Anlaß seiner Untersuchung bildete naheliegenderweise das »Superwahljahr« 1994, in dem die Zuschauer der elektronischen Massenmedien in einer bisher nicht gekannten Intensität mit solchen Spots konfrontiert wurden: Mehr als sechs Stunden kumulierte Sendezeit wendeten allein ARD und ZDF für die Spots von insgesamt 22 Parteien auf. In diesem Spannungsfeld von politischer Chancengleichheit und Rundfunkfreiheit vermutet Szyszka einen rundfunkrechtlichen Regelungsbedarf.

In einer vielbeachteten öffentlichen Abendvorlesung, die die Leitung der »Zündholzfabrik« zur Abrundung des Programms organisiert hatte, konnte *Marion G. Müller* (Starnberg) anhand vieler Beispiele aus den amerikanischen Präsidentschaftswahlkämpfen illustrieren, daß dieselben symbolischen Mittel der bewußten Konstruktion von Kandidatenimages, mit denen wir es heute vielfach zu tun haben, bereits im 18. und 19. Jahrhundert erfunden und eingesetzt worden sind.

Der zweite Tag des Treffens war den inhaltlichen Analysen von verschiedenen Produkten der medialen Politikvermittlung gewidmet. Dabei war der Bogen bewußt weit gespannt und keineswegs auf die klassischen politischen Informationssendungen des Fernsehens beschränkt. So beklagte *Adi Grewenig* (Hannover) einleitend, daß die bisherige Forschung viel zu stark auf das nichtfiktionale Programm des Fernsehens ausgerichtet sei. Sie selbst betont in ihren Arbeiten den Stellenwert dokumentarisch-fiktionaler Fernsehmischemen (Dokumentarspiel, Faction, Dokudrama) für die mediale Politikvermittlung und -aneignung. Da solche Vermittlungsformen stärker auf den Hintergrund der Ereignisse fixiert sind als auf bloße Aktualität, erlauben sie eher vertiefende Verstehens- und Deutungsprozesse der grundlegenden Sinnzusammenhänge politischer Handlungen als die »Oberflächensicht« der Nachrichten.

Unter Rückgriff auf einen mythen-theoretischen Ansatz versuchte *Ulrich Schmitz* (Aachen) die politische Kommunikation in den modernen Massenmedien zu entschlüsseln. Angesichts zunehmender Komplexität und »Unübersichtlichkeit« der Gesellschaft wächst der Bedarf der Bürger an nachvollziehbarer Sinngebung und »neuen« Sinnangeboten. Die Massenmedien bedienen dieses Bedürfnis, indem sie die politische Kommunikation zunehmend mittels bekannter Motive aus Mythen- und Märchenwelt kodieren.

Für eine verstärkte Beachtung der visuellen Komponenten massenmedialer Politikvermittlung plädierten *Georg Schütte* und *Peter Ludes* (Siegen). Generell erscheint ihnen die zunehmende Visualisierung als ein wesentliches Entwicklungsmerkmal politischer Kommunikation im Modernisierungsprozeß. In vergleichender Perspektive untersuchten sie den Bildinhalt von sogenannten »Schlüsselbildern« aus Fernsehnachrichten in den USA und der Bundesrepublik aus den siebziger und achtziger Jahren. Dabei lassen sich sowohl kulturspezifische Unter-

schiede wie auch Gemeinsamkeiten aufweisen, allerdings keine eindeutigen historischen Trends der Bildgestaltung.

Ulrike Röttger und *Hartmut Weßler* (Hamburg) beschäftigten sich mit der Form des politischen Interviews. Dabei ging es ihnen speziell um die Frage, ob solche Interviews im Rahmen politischer Informationssendungen schnell, provokant, aggressiv und hart geführt werden können, wie es dem Inszenierungsstil des modernen Infotainments entspricht, ohne gleichzeitig zum inhaltsleeren Schaukampf zu degenerieren, der kaum noch ernsthaft als Politikvermittlung anzusprechen ist.

In seinem abschließenden Vortrag zeigte *Fritz Plasser* (Innsbruck) am Beispiel der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) den möglichen Zusammenhang zwischen dem Aufstieg rechtspopulistischer Parteien und einer von Skandalen, Mißbräuchen und Mißständen dominierten Medienagenda auf. Infolge verschärfter Konkurrenz im Mediensystem und von veränderten Standards einer neuen Journalistengeneration hat sich das Fernsehen tendenziell in Richtung einer »populistischen Nachrichtenlogik« bewegt, die insbesondere in Wahlkampfzeiten das Bild der Politik prägt. Plassers zentrale These besagt, daß die nichtintentionale Synchronität von »populistischer Nachrichtenlogik« und populistischer Selbstinszenierung rechtskonservativer Parteien gerade in Zeiten erodierender Sozialstrukturen und gesellschaftlicher Bindungen zu schweren Legitimationsproblemen und politischen Krisen westlicher Demokratien führen kann.

Wie schon an anderen Stellen der Tagung drehte sich auch hier die Diskussion vor allem um die Frage, ob die solchen Analysen zugrundeliegende kulturpessimistische Perspektive und die zumindest implizite Medienschelte nicht zu überzogen ausfallen. Wenn sich auch die vielfältigen Ergebnisse einer solchen Veranstaltung nicht in wenige Schlagworte zusammenfassen lassen, so könnte doch die generelle Botschaft von Lauenburg in dieser Warnung vor einer Überschätzung des Einflusses der Medien bei der Produktion von Politikverdrossenheit und gleichzeitiger Unterschätzung der Einflüsse anderer, politikendogener Faktoren gesehen werden. Wahrscheinlich werden auch die Veränderungen in der medialen Informationsgebung und -präsentation noch vielfach überschätzt. Insofern ist auch nach Lauenburg bei vorzeitigen Kausalzurechnungen Vorsicht geboten.

FRANK MARCINKOWSKI