

---

Ulrich Sarcinelli

---

# **Mediale Politikdarstellung und politische Kultur**

## 10 Thesen

---

Prof. Dr. Ulrich Sarcinelli, geb. 1946 in Deidesheim a. d. W.,  
Lehrerausbildung, Studium der Politikwissenschaft, Pädagogik,  
Rechtswissenschaft und Soziologie in Mainz, lehrt Politikwissenschaft  
an der Universität Koblenz-Landau, Abt. Landau.

Wer sich mit Medien, Gesellschaft und Politik als einem aktuellen Problemzusammenhang auseinandersetzt, stößt gleichermaßen auf apokalyptische Szenarien wie auf euphorische Versprechungen. Ob wir uns zu Tode amüsieren, wie Neu Postman mit fast weltweiter Resonanz prognostiziert, die Wirklichkeit allmählich verschwindet, wie Hartmut von Hentig vor Jahren behauptete, ob wir mit Hans Magnus Enzensberger das Fernsehen zum „Nullmedium“ degradieren oder zur Weltbildmaschine überhöhen, oder ob mit der Informations- und Kommunikationstechnologie das Zeitalter einer „Computerdemokratie“ (Krauch) anbricht, die jederzeit Abstimmungen aller über alles erlaubt, den Bürger gleichsam zum „Programmchef der Demokratie“ macht - dies alles sind schöne Generalmetaphern, die Diskussionen anregen können, insgesamt aber doch vielleicht den Blick auf eine differenzierende Auseinandersetzung mit den anstehenden gewerkschaftlichen und politischen Folgen, Problemen und Möglichkeiten des medialen Wandels verstellen.

Neu sind solche Stimmen keineswegs. Mediale Veränderungen waren immer auch Anlaß kultureller Selbstverständigungsdebatten und nicht selten fundamentaler Kulturkritik. Schon Platon beschäftigte sich damit in seinem Dialog „Phaidros“. In ihm wollte bekanntlich der GottTheuth - in der Erzählung des Sokrates - dem ägyptischen König Thamus seine erfundenen Buchstaben schmackhaft machen. Mit der klassischen Begründung übrigens, die Schrift vermittele nur Sekundärerfahrungen und verhindere die aktive Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit, zeigte sich der König schließlich abwei-

send. Pikant ist diese Geschichte vor allem auch deshalb, weil Platon im Gegensatz zu Sokrates seine Kritik durchaus in einem Medium, nämlich der Schrift, festhielt. Die Einführung des Druckwesens wurde von interessierter Seite mit der Prophezeiung begleitet, es drohe damit ein kollektiver Gedächtnisverlust. Nicht zuletzt fürchtete die Geistlichkeit um die Einbuße von Macht, die sich aus der monopolistischen Verfügung über Lese- und Schreibkompetenz ergab. Paul Virilio, der französische Gegenwartsphilosoph, hat die These vom Gedächtnisverlust neuerlich aktualisiert: „Die Schrift ist das Gedächtnis, der Bildschirm ist das Vergessen“.<sup>1</sup> Und von Walter Benjamin soll überliefert sein, daß er sich erschrocken geäußert habe, als Musik auf Schallplatten beliebig reproduzierbar wurde. Bernd Guggenberger schließlich, einer der bekannteren deutschen Zeitgeisttheoretiker, sprach mit ähnlichem kulturkritischem Pathos sehr anschaulich vom Bildschirm als „Realitätspräservativ“.<sup>2</sup> Es gebe Zweifel, so schrieb kürzlich der Bereichsleiter PR und Kommunikation der Berteismann-Stiftung, ob wir die sozialpsychologischen Voraussetzungen erfüllen, die für eine humane und sinnvolle Gestaltung der Informationsgesellschaft vonnöten seien. Begriffe wie Dialog und Kommunikation erführen eine verräterische Umdeutung. Kommunikation bedeute zusehends die Informationsvermittlung vom Sender zum Empfänger und immer seltener den gleichberechtigten Austausch.

Richtig an all diesen anregenden Bewertungen ist sicherlich die Erkenntnis, daß Medien, gerade auch die elektronischen Informations- und Kommunikationsmittel, Faktoren der Modernisierung waren und sind, Transmissionsaggregate fundamentaler kultureller, gesellschaftlicher und politischer Umwälzungen, mit allen Hoffnungen, Ungewißheiten und Ängsten, die grundlegende Veränderungen mit sich bringen. Allerdings soll es im folgenden nicht um eine weitere kulturphilosophische Einschätzung des medialen Wandels gehen. Im Mittelpunkt wird vielmehr die Frage stehen, inwieweit mit Blick auf eine sich verändernde Medienumwelt die „Politikdarstellung“ und damit das Spektakuläre, das Unterhaltende, das medial Eindrucksvolle die „eigentlich“ gewollte politische Kultur immer mehr verdrängt. Interessieren soll deshalb vor allem, ob unsere sich rapide verändernde mediale Umwelt überhaupt noch eine angemessene Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen und politischen Wirklichkeit erlaubt.<sup>3</sup>

„Politische Kultur“, dies wäre vorab zur Vermeidung von Mißverständnissen einzuflechten, wird dabei aus sozialwissenschaftlicher Perspektive und im Gegensatz zum Alltagssprachgebrauch keineswegs als ein bestimmter, zu erreichender Zustand begriffen. Die empirisch orientierte Sozialforschung versteht politische Kultur ganz neutral als die Gesamtheit politisch relevanter Attitüden, Einstellungen und Verhaltensweisen, gleichsam als die subjektive

---

1 Vgl. Die Avantgarde des Vergessens. Ein Zeit-Gespräch mit Paul Virilio, in: Die Zeit, 15.4.1994.

2 Bernd Guggenberger, Vom drohenden Verfall der Urteilskraft. Kulturgesellschaft und Medienkultur, in: Publizistik, 38. Jg./1993, S. 284.

3 Roland Kahlenbrandt, Brauchen wir eine neue Gesprächskultur, in: Forschung und Lehre. Mitteilungen des Deutschen Hochschulverbandes, H. 4/1996, S. 180.

Seite des politischen Systems. Ein ziemlich diffuses Gemisch also, das einen renommierten Kollegen gelegentlich dazu veranlaßt hat, im Titel eines vielzitierten Aufsatzes über politische Kultur vom Versuch zu sprechen, einen „Pudding an die Wand zu nageln“ (Max Kaase). Einigkeit besteht allerdings in der politischen Kulturforschung dahingehend, daß jedes demokratische System ein Mindestmaß nicht nur an politischer Informiertheit, sondern auch an gefühlsmäßiger Unterstützung braucht; an Vertrauen in die politischen Akteure und vor allem an positiver Grundeinstellung in die demokratischen Institutionen; an Glauben auch, selbst politisch etwas bewirken zu können. Dies ist im Auge zu behalten, wenn wir uns mit dem Zusammenhang von medialem Wandel und politischer Kultur beschäftigen.

### These 1

*Informations- und Kommunikationsmittel waren und sind Medium und Faktor gesellschaftlicher Modernisierung. Sie spiegeln nicht nur, sondern schaffen und verändern Wirklichkeit. Medien sind deshalb auch in der und für die Politik ein „Wirklichkeitsgenerator sui generis“.*<sup>4</sup>

Günther Anders hat dies eingangs seiner kulturkritischen und -philosophischen Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen schon im Jahre 1956 in dem Werk „Die Antiquiertheit des Menschen“ prosaischer ausgedrückt, indem er aus den Kindergeschichten zitierte: „Da es dem König aber wenig gefiel, daß sein Sohn, die kontrollierten Straßen verlassend, sich querfeldein herumtrieb, um sich selbst ein Urteil über die Welt zu bilden, schenkte er ihm Wagen und Pferd. ‚Nun brauchst du nicht mehr zu Fuß zu gehen‘, waren seine Worte. ‚Nun darfst du es nicht mehr‘, war deren Sinn. ‚Nun kannst du es nicht mehr‘, deren Wirkung.“<sup>5</sup>

Moderne Medien schaffen also und verändern, verhindern bisweilen auch Wirklichkeitsvermittlung und -Wahrnehmung. Sie sind nicht nur Weltbildapparate, die abbilden, was ist. Sie sind auch Weltbildkonstrukteure, ohne die es bestimmte Wirklichkeiten gar nicht gäbe. Moderne Medien beeinflussen die kulturelle Identität, und sie haben z.T. dramatische Konsequenzen für die soziale Schichtung von Gesellschaften. Sie wirken sich auf das Verhältnis von öffentlich und privat, auf Arbeit und Freizeit aus, wie überhaupt auf den Umgang mit Zeit und Raum. Und sie tangieren und beeinflussen national wie international politische Herrschaftsverhältnisse. So können die neueste Menschenrechts- oder Ökologiestudie, die Anklagen von amnesty international oder die Expertisen von Greenpeace über Internet auch von Peking, Karthum, Tripolis oder Teheran aus abgerufen werden. Noch einmal: Moderne Medien sind Teil gesellschaftlicher und politischer Wirklichkeit, spiegeln sie nicht nur, sondern schaffen sie auch mit.

<sup>4</sup> Klaus Merten/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen 1994, S. 1.

<sup>5</sup> Vgl. Günther Anders, Die Antiquiertheit des Menschen. Bd. 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München 1987 (1956), 7. unveränd. Aufl., S. 97.

## These 2

*Information und Kommunikation sind die politisch-strategischen Ressourcen, die Informations- und Kommunikationstechnologie ist die Schlüssel- und Querschnittstechnologie der modernen Gesellschaft, die fast alle Lebensbereiche durchdringt. Der Faktor Information und Wissen wird in der Tat zu dem, was der amerikanische Soziologe Daniel Bell schon vor vielen Jahren als „axiales Prinzip“ der nachindustriellen Gesellschaft bezeichnet hat, die Achse also, um die sich alles dreht.*

Nun hat es mit der Politik eine besondere Bewandnis. Sie ist, versteht sie sich als demokratische Politik, zustimmungsabhängig und deshalb auch begründungspflichtig; d. h., daß die Legitimität politischer Entscheidungen in der Demokratie und die Folgebereitschaft der Bürger wesentlich aus der Fähigkeit von gewählten Mandatsträgern, von demokratischen Institutionen und sonstigen politischen Akteuren resultieren, die Bürger an Beratung, Konsensfindung und Entscheidung teilhaben zu lassen. Der amerikanische Kybernetiker und Politikwissenschaftler Karl W. Deutsch hat daraus zu Recht die Schlußfolgerung gezogen, man müsse das demokratische System als Kommunikationssystem begreifen, das auf Lernen, will sagen: auf Informationsaustausch und Kommunikation, angewiesen ist.<sup>6</sup>

## These 3

*Demokratie ist die (einzige) politische Ordnungsform, in der sich Politik den Verpflichtungen einer ständig einzulösenden kommunikativen Bringschuld auch konstitutionell unterwirft. Sie bedarf also öffentlicher Darstellung, Begründung und Rechtfertigung. Sie braucht Legitimation durch Kommunikation, weil die verfassungspolitische Grundentscheidung für Volkssouveränität und für freie Kommunikation im demokratischen Verfassungsstaat zwingend miteinander verschränkt sind.<sup>7</sup>*

Legitimation durch Kommunikation heißt aber im modernen, elektronischen Zeitalter mehr als jemals zuvor und - trotz zunehmender Wertschätzung für plebiszitäre Formen der Beteiligung - Legitimation durch mediale Kommunikation; heißt Anbieter sein auf einem Markt mit harter Konkurrenz; heißt letztlich Wettbewerb um Aufmerksamkeit; eine Voraussetzung, um überhaupt nach innen und außen wahrgenommen zu werden und um Zustimmung werben zu können. So gesehen kommt heute demokratische Politik ohne mediales Aufmerksamkeitsmanagement gar nicht mehr aus. Politische Organisationskompetenz ohne Medienkompetenz ist im medialen Zeitalter nur noch halbierte Kompetenz.

Kommunikation ist jedoch nicht nur Mittel der Politik. Politische Kommunikation ist als strategisches Handeln zur Verfolgung politischer Ziele und

---

<sup>6</sup> Vgl. Karl W. Deutsch, Politische Kybernetik, Freiburg 1973 (3. Aufl.).

<sup>7</sup> Vgl. Walter Berka, Politische Kommunikation in der demokratischen Verfassungsordnung, in: Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.), Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse, Wien 1986, S. 26-31: BVerfGE 7, S. 198ff sowie in zahlreichen weiteren Rundfunkurteilen.

Zwecke auch selbst Politik. Das galt, seitdem theoretisch über Politik und die kommunikativen Beziehungen zwischen Herrschenden und Herrschaftsunterworfenen reflektiert wird.<sup>8</sup> Wir finden es in den Regeln antiker Rhetorik und können es auch in Niccolo Machiavellis nüchternen Empfehlungen zu einem erfolgreichen Umgang mit der Volksmeinung nachlesen. Mit ungleich größerer Breitenwirkung gilt es für die modernen Informations- und Kommunikationsmittel unserer Zeit. Den Massenmedien kommt insofern nicht nur die Rolle eines „Mediums“ zur Darstellung von Politik zu. Sie sind mithin auch selbst ein zentraler politischer Faktor. Diese Medium-Faktor-Funktion hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Rundfunkrechtsprechung immer wieder betont. Dazu eine weitere These:

#### These 4

*Medienpräsenz ist heute eine der wichtigsten „Machtprämien“. Insofern ist auch die Fähigkeit zur politischen Kommunikation ein entscheidender Leistungsbereich der Politik selbst. Zugleich erzeugt der Zwang zur medialen Allpräsenz Legitimationsprobleme. Denn auch mediale Allgegenwart erzeugt Erwartungen.*

Die weitere quantitative und qualitative Ausdifferenzierung des Informations- und Kommunikationssektors wird den Zwang zur öffentlichen „Legitimation durch Information“ bzw. „Kommunikation“<sup>9</sup> noch verstärken. Was heißt das konkret? Timing, Themen und Bilder der Berichterstattung zu beeinflussen, sie gegebenenfalls auch zu erfinden, ist zu einem wesentlichen politischen Leistungsmerkmal geworden. Die Professionalisierung politischer Öffentlichkeitsarbeit auf allen Ebenen und bei allen politischen Akteuren wurde und wird mehr und mehr zu einer machtmittelscheidenden politischen Ressource. Politikmarketing und Kommunikationsmanagement - bei Parteien und Verbänden ist dies schon zur Selbstverständlichkeit geworden. Aber selbst Parlamente sehen sich mittlerweile veranlaßt, aktiv Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben.<sup>10</sup> Auch wer konstitutionell privilegiert ist, kann sich medialer Aufmerksamkeit nicht gewiß sein; d. h. wer sich nicht als Anbieter auf dem Markt von Informationsangeboten behauptet, hat geringere Chancen, überhaupt wahrgenommen zu werden.

Doch auch der vermeintliche Zwang zu medialer Allpräsenz hat Folgen nicht nur für den politischen Prozeß und für politische Akteure, die durch ständige politische Begründungs- und Rechtfertigungserwartungen unter Streß geraten. Er hat auch legitimatorische Konsequenzen insofern, als mediale Kompetenz politische Kompetenzerwartungen erzeugt, die über

<sup>8</sup> Vgl. Herfried Münkler. Politische Kommunikation bei Klassikern politischen Denkens (= Fernstudieneinheit „Politik“, Bd. 3-4 Politische Kommunikation), hrsg. von Ulrich von Alemann/Kai Loss/Gerhard Vowe, Berlin 1993.

<sup>9</sup> Vgl. dazu Franz Ronneberger. Legitimation durch Information, Nürnberg 1977; Heinrich Oberreuter, Übermacht der Medien. Erstickt die demokratische Kommunikation?. Zürich/Osnabrück 1982 sowie die Beiträge in: Ulrich SarcineUi (Hrsg.) Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur, Bonn 1987.

<sup>10</sup> Vgl. Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Politikvermittlung zwischen Public Relations und Parlamentsdidaktik, Baden-Baden 1994.

kurz oder lang einem Realitätstest ausgesetzt sind; d. h. die Tendenz zu medial begünstigter Erwartungssteigerung produziert zwangsläufig Erwartungstäuschung, auf neudeutsch: Politikverdrossenheit.

Dem Bildmedium Fernsehen kommt in dieser ganzen Entwicklung aufgrund seiner Reichweite, Aktualität, seiner noch relativ hohen Glaubwürdigkeit und vor allem aufgrund seiner spezifischen, visualisierenden und Authentizität suggerierenden Präsentationsweise - in historischer Perspektive gesehen - eine im wahrsten Sinne des Wortes „systemverändernde Bedeutung“ zu. Die These dazu lautet:

#### These 5

*Das Fernsehen ist zum „Leitmedium“ der Politikvermittlung, zum politischen Leitmedium für Darstellung und Wahrnehmung von Politik geworden. Es liefert gleichsam das neue Politikformat, d. h. die Politik im „Fernsehformat“, wie es überhaupt die Folie für die Wirklichkeitsvermittlung und -Wahrnehmung abgibt, an der sich zunehmend auch andere Medien orientieren.*

Das hat weitreichende Konsequenzen für Wahrnehmungsfähigkeit und -gewohnheiten. Nicht ohne Grund verwandelt sich so manches Printmedium zum „gedruckten Fernsehen“. Bilder sprechen für sich. Sie bedürfen keines Kommentars, so ist zumindest der Eindruck. „No Comment“ heißt denn auch die weitgehend auf Bilder gestützte Nachrichtensendung von „EuroNews“. Bilder wirken authentisch, haben eine andere Suggestivkraft als sprachlich Vermitteltes. Der Weg vom Dargestellten zum Vorgestellten ist über Bilder kürzer als über Worte und Sprache. Insofern verschwimmen auch die Unterschiede zwischen Realität und Inszenierung schneller. Oft entsteht politische Realität erst vermittels entsprechender Inszenierungen. Ja, viele Ereignisse und bestimmte Verhaltensweisen von Politikern gibt es nur deshalb, weil die Kamera läuft. Publizistikwissenschaftler nennen das „reziproke Effekte“.<sup>11</sup> Ob es sich um Parlamentsdebatten handelt, die vor eingeschalteten Kameras selbstverständlich anders ablaufen als ohne Liveübertragung, ob es um Auftritte des amerikanischen Präsidenten geht, der bekanntlich wichtige Gesetze zur Primetime unterzeichnet oder ob es sich um militärische Aktionen der internationalen Staatengemeinschaft handelt - Art und Ablauf der Ereignisse sind nicht zuletzt medienpezifisch beeinflusst. Und Bilder prägen sich ein, sind Erinnerungsfester und revisionsresistenter als Wortinformationen. Aber „Life“ ist nicht unbedingt die Abbildung der Wirklichkeit. Oft ist es ein medial induziertes Realitätskonstrukt, von den neuen technischen Möglichkeiten der Erzeugung einer verblüffend echt wirkenden „virtuellen“ Wirklichkeit einmal ganz abgesehen. Denn wenn nicht alles täuscht, dann wird auch das elektronische Bild seine Beweiskraft verlieren, weil sich aufgrund technischer Entwicklungen Fälschungen kaum mehr beweisen lassen. Ähnlich wie verbale Information wird zukünftig auch die optische Information

---

<sup>11</sup> Vgl. Hans Mathias Keppinger, Die Grenzen des Wirkungsbegriffs, in: Publizistik, 27. Jg./1982, S. 98-113.

mehr und mehr zur Vertrauenssache. Die Glaubwürdigkeit der Quelle, die Seriosität des Berichterstatters, das Image des Senders, das Vertrauen in die Professionalität und die Einhaltung des berufsethischen Kodex, dies erhält in dem Maße Gewicht, wie die Möglichkeiten des einzelnen zum „Echtheits-test“, zur Überprüfung der medial dargestellten Wirklichkeit an einer außer-medialen Wirklichkeit immer geringer werden.

Zugleich gilt aber auch: Wo die Bilder fehlen, man denke beispielsweise an den Massenmord in Srebrenica, entsteht eine merkwürdige Leere, droht eine Art „Wirklichkeitsausfall“, den Wortberichte offenbar nicht auffüllen können. Und es dauert oft lange, bis uns die Wirklichkeit einholt. Für Erfolg und Mißerfolg in der Politik hat dies alles zur Folge, was mit der folgenden These ausgedrückt werden soll.

#### These 6

*Die Leistungsfähigkeit von Politik wird zukünftig mehr noch als bisher davon abhängen, wie diese in der Lage ist, sich als Kommunikationssystem in einer sich aus differenzierenden medialen Umwelt durch Aufmerksamkeit, Glaubwürdigkeit und Zustimmung zu behaupten, sich also kommunikativ Gehör zu verschaffen bzw. vor allem „ins Bild“ zu setzen. Zugleich hängt die Qualität einer demokratischen politischen Kultur von der Qualität der medialen und - nicht zu vergessen - der nichtmedialen Kommunikationsbeziehungen zwischen den Bürgern und der Politik ab.*

Dies wirft die grundsätzliche Frage nach der Bedeutung der Medien im Verhältnis zur Politik auf. „Die vierte Gewalt ist heute wohl die stärkste Gewalt der Welt“, sagte dazu vor kurzem die Publizistikwissenschaftlerin Elisabeth Noelle-Neumann in einem Focus-Interview. Meinen Sie das allen Ernstes, wurde sie zurückgefragt. „Ja“, gab sie zur Antwort. „In keinem anderen Bereich, weder in der Politik noch in der Wissenschaft oder wo auch immer, gibt es eine Macht, die so einflußreich und gleichzeitig so wenig transparent ist. Es liegt etwas wie ein dunkles Wolkenfeld über den Medieninhalten. Das ist eine gefährliche Entwicklung, weil es niemand außer den Journalisten gibt, der die Gesellschaft informieren kann.“<sup>12</sup>

Flier taucht es wieder auf, das Gespenst von der Allmacht der Medien. Eine Denkrichtung, die nach wie vor prominent ist, in der politischen Debatte allerdings mehr als in der wissenschaftlichen Diskussion. Die Dinge sind in der Tat komplizierter, als daß sie sich auf den Nenner „Die Medien sind allmächtig“ bringen ließen. Die Sozialwissenschaften liefern uns hier keineswegs einen konsistenten Erklärungseintopf, sondern sehr unterschiedliche Befunde. Denn man muß die Wirkungsproblematik, gerade wenn es um politische Informationen und politische Inhalte geht, sehr differenziert sehen. Zum einen ist der Medienrezipient durchaus nicht die passive „black box“, die man nach Belieben mit Inhalten füllen kann und die sich dann entspre-

<sup>12</sup> Vgl. Sagen Sie mal, Elisabeth Noelle-Neumann, Interview, in: Focus 51 /1995, S. 76.

chend verhält. Insofern darf man nicht nur fragen, was die Medien mit den Rezipienten machen, sondern auch umgekehrt: Was machen die Rezipienten mit den Medien? Und hier stellen wir fest, daß in Sachen Wirkung deutlich zu unterscheiden ist zwischen der Fähigkeit der Medien zur Thematisierung und ihrer Fähigkeit zur Einstellungs- und Meinungsbildung; daß es sehr auf Vorkenntnisse und Interesse ankommt; daß die Wirkung stark vom Grad des Involviertseins abhängt; daß vor allem der soziale Kontext und die Einbindung in personale und institutionelle Netzwerke für die Verarbeitung und Wirkung auch von politischen Medieninhalten ganz wichtig ist. Das bedeutet: Insgesamt wird der individuellen Medienkompetenz, dem Medienrezipienten also, mit dem Ende der Dominanz weniger Anbieter und angesichts einer zunehmend unübersichtlichen Angebotsvielfalt in Zukunft eher mehr Gewicht zukommen.<sup>13</sup> Insofern stimmen auch die generalisierten Verfallsprognosen hinsichtlich medialer Einflüsse auf die politische Kultur nicht.

Gab es in den letzten Jahrzehnten immer wieder ein wechselvolles Auf und Ab in oft wenig differenzierenden Einschätzungen zu der Frage, ob Massenmedien in ihren politischen Wirkungen „schwach“ oder „stark“ seien, ja sogar die Regierbarkeit der Demokratie infragestellten<sup>14</sup>, so ist inzwischen eine ziemlich nüchtern funktionalistische und vor allem systemtheoretische Betrachtungsweise in der sozialwissenschaftlichen Diskussion vorherrschend. Das heißt nicht, daß der Anspruch auf Autonomie der Massenmedien und politische Unabhängigkeit des Journalismus, die Vorstellung von den Medien als Widerpart und kontrollierendem Gegenüber zur Politik als normativer Bezugspunkt prinzipiell in Frage gestellt werden. Es bedeutet nur, daß man vor allem mit der eher schematischen Vorstellung von den Medien als einer eigenständigen, sog. Vierten Gewalt nicht mehr sehr viel erklären kann, der komplizierten Wirklichkeit nicht gerecht wird. Auch wenn die Fähigkeit einiger Printmedien oder Fernsehmagazine zur Aufdeckung von politischen Skandalen ein solches Bild vermittelt, so sind die Beziehungen zwischen Politik und Medien im alltäglichen Politikvermittlungsgeschäft doch „verwickelter“.

Im Zuge einer zunehmenden Ausdifferenzierung der Gesellschaft sind Politik und Publizistik in einem engen Beziehungsgeflecht miteinander verbunden, lassen sich als interdependente Systeme eines interaktiven Funktionszusammenhangs begreifen.<sup>15</sup> Ob die Massenmedien insgesamt gegenüber staatlichen Institutionen über einen Legitimationsvorsprung verfügen und

---

13 Vgl. mit weiteren Verweisen Ulrich Sarcinelli, Kommunikationstheorien der Politik, in: Lexikon der Politik, hrsg. von Dieter Nohlen, Bd. 1: Politische Theorien, hrsg. von Dieter Nohlen und Rainer-Olaf Schultze, München 1995, S. 241-248.

14 Vgl. Otto B. Roegele, Massenmedien und Regierbarkeit. In: Wilhelm Hennis/Peter Graf Kielmansegg/Ulrich Matz (Hrsg.), Regierbarkeit. Studien zu ihrer Problematisierung. Bd. 2. Stuttgart 1979, S. 177-210; Franz Ronneberger, Das Syndrom der Unregierbarkeit und die Macht der Medien, in: Publizistik, 28. Jg./1983, S. 487-511.

15 Vgl. generell dazu Ulrich Saxer, Zur Einführung: System, Systemwandel und politische Kommunikation. in: Otfried Jarren/Ulrich Sarcinelli/Ulrich Saxer (Hrsg.), Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikon, Opladen (i.Vorb.).



insofern Macht ausüben, als sie anderen Institutionen ihre Kommunikationsregeln aufzwingen<sup>16</sup> oder das Massenkommunikationssystem sich auf dem Weg in ein „autopoietisches System Publizistik“ befindet<sup>17</sup>, das Mediensystem also zunehmend eigendynamischen Prozeßabläufen unterliegt und selbstreferentiell ist, kann hier einmal als theoretische Spezialdiskussion ausgeklammert werden. Richtig ist jedenfalls und dies wäre eine weitere These:

### These 7

*Politik und Massenmedien sind eine enge, für die Ausbildung einer kritischen Öffentlichkeit und einer demokratischen politischen Kultur oft auch bedenkliche, symbiotische Beziehung eingegangen. Dies gilt insbesondere für den Bereich der elektronischen Medien.*

Wenn aber das Mediensystem mehr und mehr zu einem umfassenden Kommunikationssystem mutiert und dieses Kommunikationssystem mit dem politischen System und gesellschaftlichen Teilsystemen zu einer Art symbiotischer „SuperStruktur“, wie manche schon vermuten, zusammenwächst; wenn die Unterscheidung politischer und journalistischer Rollen in einer Art „Beziehungskorruption“ verwischt; wenn schließlich Medienkompetenz im Sinne einer politischen Regie- und Selbstdarstellungskunst zum vorherrschenden Karrieremerkmal für politische Akteure wird; wenn Politik sich vor allem im geschickten kommunikativen „Ereignismanagement“<sup>18</sup> erschöpft, dann verheißt das nichts Gutes für den demokratischen Diskurs.<sup>19</sup> Natürlich bedarf demokratische Politik der Publizität, und Journalisten suchen den möglichst exklusiven Zugang zu Informationen. Man braucht also einander, ist in gewisser Weise aufeinander angewiesen und stellt sich darauf ein, beachtet jeweils die Spielregeln. Das alles ist bis zu einem gewissen Grade legitim, konstitutionell geboten und für den praktischen Politik- wie Medienbetrieb auch notwendig — bis zu einem gewissen Grade.

Worin liegt dann aber das Problem? Problematisch ist, daß Medien und Politik Bereiche sind, gesellschaftliche Teilsysteme, die nach unterschiedlichen Logiken funktionieren. Im wesentlichen sind es „Aufmerksamkeitsregeln“, die den Medienprozeß in Gang halten. Wir kennen diese Regeln aus der sog. Nachrichtenwertforschung recht genau. Neuigkeitswert, Negativismus, Skandalträchtigkeit, Prominenz, Konflikt, Betroffenheit, die Ausnahmen und nicht die Regel, das sind solche Aufmerksamkeitswerte, nach denen sich der Medienprozeß vor allem richtet. Die Politik weiß dies und beachtet zunehmend, was öffentliche Wirkung erzielt. Dennoch folgen poli-

16 Siehe z. B. Hans Mathias Kepplinger, Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation, in: Publizistik, 30. Jg./1985, S. 247-264.

17 Vgl. dazu Frank Marcinkowski, Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien als eine systemtheoretische Analyse. Opladen 1993.

18 So der Titel von Hans Mathias Kepplinger. Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien, Zürich/Osnabrück 1992.

19 Vgl. dazu Ulrich Sarcinelli, Demokratische Streitkultur als Element der politischen Kultur, in: ders. (Hrsg.), Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundlegung und Alternativen in Politikfeldern, Opladen/Bonn 1990, S. 29-51.

tische Prozesse, institutionalisierte Willensbildungs- und Entscheidungsverfahren auch Eigenlogiken, d. h. auch anderen - nämlich „Entscheidungsregeln“ (Luhmann). Dies soll in einer These zugespitzt werden.

### These 8

*Massenkommunikation, Medienpräsenz und mediale Kompetenz stellen für demokratische Politik eine zwar elementar notwendige, keineswegs aber hinreichende Bedingung dar.*

Eine ökologische Steuerreform zum Beispiel, die Erarbeitung von Einsparungsvorschlägen im Gesundheitswesen, die Rückführung der Staatsverschuldung, die gesellschafts-, sozial- und fiskalpolitischen Konsequenzen aus nicht mehr finanzierbaren wohlfahrtsstaatlichen Leistungen, die legislativen und exekutiven Voraussetzungen für eine Europäische Währungsunion, die Entwicklung von Grundlinien einer außen- und sicherheitspolitischen Neuorientierung, um nur beispielhaft einige politische Themen zu nennen, die nicht nur Deutschland gegenwärtig besonders beschäftigen, diese Fragen entziehen sich, wie viele andere komplexe und lösungsbedürftige Probleme, über weite Strecken medialer Daueraufmerksamkeit. Zur Bewältigung dieser Probleme bedarf es zweifellos mehr als einer guten Presse; bedarf es mehr als einer telegenen „Surfpolitik“, deren vorrangiges Ziel es ist, auf den Wogen medialer Sympathie dahinzugleiten; es bedarf politischer Führung nach innen und nach außen, mit Mut zu neuen Wegen und zu Stehvermögen, nötigenfalls auch gegen die veröffentlichte Meinung.

So gesehen ist es eine nicht zu unterschätzende Errungenschaft der Demokratieentwicklung, daß es auch das gibt, was der Systemtheoretiker Niklas Luhmann als „Legitimation durch Verfahren“<sup>20</sup> bezeichnet hat; also die unspektakuläre „Innenseite“ politischen Handelns, die sich vielfach - und bis zu einem gewissen Grade notwendigerweise - der medialen Daueraufmerksamkeit entzieht: Gremienarbeit, Expertentum, Sachkomplexität, Organisations- und Fachkompetenz, komplizierte Verfahrensabläufe, die geschäftige, oft unattraktive, vielfach unterschätzte, für das Funktionieren eines Gemeinwesens aber doch so lebensnotwendige Alltagsroutine; die Legitimation durch geregelte und im Konfliktfall überprüfbare Verfahrensabläufe. Das eigentliche Problem im Zuge der Mediatisierung von Politik soll mit der nächsten These zum Ausdruck gebracht werden.

### These 9

*Die notwendigerweise spannungsreiche Beziehung zwischen der medialen Politikdarstellung und dem politischen Handeln im Entscheidungsbereich, zwischen der „Darstellung“ und „Herstellung“ von Politik, droht sich zu einer immer weiter öffnenden Schere zu entwickeln.<sup>21</sup> Das heißt, zwischen der*

---

<sup>20</sup> Vgl. Niklas Luhmann, *Legitimation durch Verfahren*, Frankfurt 1983.

<sup>21</sup> Vgl. im näheren Ulrich Sarcinelli, *Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln: Analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung*, in: Otfried Jarren (Hrsg.), *Politische Kom-*

*„Medienlogik“ insbesondere fernsehspezifischer Darstellungsmodalitäten und der „Entscheidungslogik“ im ausdifferenzierten Politikbetrieb gibt es eine Kluft.*

Einen Kollegen hat dies zu der Bemerkung veranlaßt, Politiker seien zu einer Art politischer Schizophrenie gezwungen. Ihnen würden im politischen Entscheidungsbereich andere Qualifikationen abverlangt als im Vermittlungsbereich. Hier müßten sie Experten fürs Spezielle sein, sachbezogen, differenziert argumentierend, dort öffentlichkeitswirksame und medienversierte Schwarz-Weiß-Maler.<sup>22</sup>

Nur - für die politische Kultur, für das Bild von Politik, für die Einstellungen zu und Erwartungen an Politik hat dies bedenkliche Konsequenzen, orientieren wir uns doch überwiegend an dem, was wir medial wahrnehmen können. Die Politik als mediales Geschehen wird zu einer leicht überschaubaren, unterhaltenden, oft auch abstoßenden Sache, zu einem Geschehen, das von wenigen Akteuren bestimmt wird, ein wechselndes Set von Themen, Bildern und sich wiederholenden Ritualen - und die Zuschauer vermeintlich mittendrin. Dies ist aber nicht, zumindest nicht allein, die Politik, sondern eher eine Art „politische Oberflächenstruktur“, der „demonstrative Schein des Politischen“.<sup>23</sup> Vor allem für jene Bürgerinnen und Bürger, die nicht unmittelbar politisch organisiert oder engagiert sind, sich wenig durch vergleichende Mediennutzung und insbesondere im Wege vergleichender Lektüre informieren, entsteht „eine weit geöffnete Schere zwischen der erhöhten Komplexität politischer Prozesse und ihren audiovisuellen Vermittlungsformen“.<sup>24</sup> Die Szene wird zur Wirklichkeit. Die personellen und institutionellen Bedingungen langwieriger verhandlungsdemokratischer Prozesse, interne Absicherung, politische Abhängigkeiten und fachspezifische Detailarbeit, dies alles kommt dabei nicht vor. Wen wundert es da noch, wenn eintritt, was Richard von Weizsäcker ganz richtig als „unheilvollen Prozeß der Umkehrung der Wichtigkeiten“<sup>25</sup> beklagte. Im Medienprozeß, der nicht selten durch die „Zugriffsanarchie der vorlautesten Akteure“<sup>26</sup> beeinflusst wird, stimmen einfach sehr oft die Proportionen zwischen öffentlicher Aufmerksamkeit und politischer Bedeutsamkeit nicht mehr. Deshalb lautet die letzte These:

munikation in Hörfunk und Fernsehen. Opladen 1994, S. 35-50; sowie ders., Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1987; ders., Diskret, informell, öffentlich. Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft, in: Agenda 12/Januar-Februar 1994, S. 33-36.

22 Heinrich Oberreuter, zit. nach: Gespräche im Konrad-Adenauer-Haus, 12. Mai 1982. Meistern die Parteien die Krise?. Bonn 1982 (Ms. Protokoll), S. 108.

23 Ulrich Sarcinelli, Symbolische Politik, a.a.O., S.6.

24 Erwin Faul, Thesen zu den Befunden aus der Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten, in: Walter A. Mahle (Hrsg.), Medienangebot und Mediennutzung. Entwicklungstendenzen im entstehenden dualen Rundfunksystem, Berlin 1989, S. 44.

25 Richard von Weizsäcker im Gespräch mit Gunter Hofmann und Werner A. Perger, Frankfurt 1992, S. 157.

26 Thomas Meyer, Politik und Kommunikation. Das sozialdemokratische Dilemma, in: Die Neue Gesellschaft 12/95, S. 1120.

### These 10

*Die Zentrierung öffentlicher Aufmerksamkeit auf das medial Spektakuläre, auf die politische Inszenierung, auf eine „symbolische Politik“, der die zu symbolisierende politische Substanz abgeht - dies alles läßt die Proportionen verschwimmen und trübt nicht selten das Bewußtsein für die Unterscheidung zwischen politisch Wichtigem und Unwichtigem. Im modernen medial-politischen Prozeß wächst das Risiko des „kollektiven Irrtums“.<sup>27</sup>*

Es gibt dafür eindrucksvolle Beispiele, die in ihrer Ambivalenz allerdings auch nachdenklich stimmen. Gewiß verdient es mediale Aufmerksamkeit, wenn in einer spektakulären Aktion zwei über Bosnien abgeschossene amerikanische Soldaten gerettet werden. Aber ist dies wirklich so bedeutsam, daß es über Tage zum zentralen Medienspektakel wird, und lenkt es nicht zugleich auch ab vom alltäglichen Massensterben, vom ganz gewöhnlichen Kriegsgemetzel in Bosnien und anderswo? Welche Aufmerksamkeit haben wir denn wie lange dem Völkermord in Ruanda gewidmet? Hier stimmen die Proportionen nicht mehr. - Man kann darüber streiten, wie sinnvoll es wäre, alltäglich das gesamte Elend und alle Probleme der Welt medial präsent zu haben. Abgesehen davon, daß sich auch dieser Ausschnitt von Wirklichkeit nicht abbilden läßt, Information und Kommunikation insofern immer auch Auswahl aus einer schier unbegrenzten Menge an potentiell Berichtenswertem bedeutet, wäre es eine Illusion zu glauben, daß wir dies überhaupt verarbeiten, geschweige denn verkräften könnten. Dennoch spricht vieles für die Vermutung, daß der moderne Medienprozeß das „Risiko des kollektiven Irrtums“ (Winfried Schulz) erhöht.

Vielleicht noch ein spektakuläres, überwiegend positiv besetztes Beispiel, das m. E. auch die Ambivalenz des modernen Medienprozesses und seiner Folgen für die politische Kultur unterstreicht: die Greenpeace-Aktionen im Zusammenhang mit dem Versuch von Shell, mit dem Einverständnis der britischen Regierung die ausgediente Ölplattform Brentspar durch Versenkung zu „entsorgen“. Die eindrucksvollen Bilder mit den wieder einmal professionell inszenierten Aktionen, der Kampf des grünen David gegen die Goliaths - seien es multinationale Unternehmen oder Staaten - stehen uns noch vor Augen, bleiben in Erinnerung. Versucht man jenseits von Emotion oder Sympathie einmal analytisch zu bewerten, was sich hier beispielhaft vollzog, dann muß man auch unter demokratietheoretischen Gesichtspunkten folgendes feststellen: In der Nutzung des modernen Medienprozesses ist eine historisch neue, national oder auch transnational operierende Form politischer Aktions- und Protestkultur entstanden, die sich nicht institutionell und durch die üblichen demokratischen Verfahren legitimiert, sondern über ihre mediale Wirkung.

Man muß nicht so weit gehen und von einer allgemeinen normativen Ent-stabilisierung demokratischer Systeme, ihrer Institutionen und Verfahren

---

<sup>27</sup> Winfried Schulz, Medienwirklichkeit und Medienwirkung. Aktuelle Entwicklungen der Massenkommunikation und ihre Folgen, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 40/93, S. 23.

sprechen. Es ist allemal gut, wenn kritische politische Impulse auch von Akteuren ausgehen, die nicht zu den traditionellen Willensbildungsinstitutionen wie Parteien oder Verbänden, Parlamenten, Regierungen und Verwaltungen gehören. Auch davon lebt eine demokratische politische Kultur. Vielleicht sind wir tatsächlich „auf eine Organisation wie Greenpeace angewiesen, die auch ohne demokratische Legitimation, ohne Völkerrechtsstatus und ohne Mandat einfach tut, was getan werden muß“, wie es der Chefredakteur eines großen politischen Magazins ausdrückte.<sup>28</sup> Gleichwohl wird man die Bedenken einiger Politiktheoretiker ernst nehmen müssen. Sie befürchten langfristig eine Erosion des institutionellen Vertrauens, des Vertrauens in demokratisch legitimierte Institutionen, Verfahren und Prozesse.

In der Tat muß man sich fragen, ob im Zuge der Entwicklung zu einer medialen Aktionsdemokratie nicht die Grundlagen des Republikanismus und des Frieden und Freiheit garantierenden demokratischen Verfassungsstaates und damit zentrale Errungenschaften unserer neueren Verfassungsgeschichte berührt sind. „Können wir friedlich und in Freiheit zusammenleben, wenn wir nur noch von einer zur nächsten medial vermittelten Protestaktion hüpfen?“<sup>29</sup>, fragt die Politiktheoretikerin Gesine Schwan. Sind es wirklich, wie der Soziologe Ulrich Beck mit verklärendem Blick auf die Medienresonanz der Brentspar-Aktionen gegen Shell und auf die Proteste gegen die französischen Atomtests meint, die Vorboten eines besseren Weltzeitalters, in dem jeder teilhaben kann an allem; in dem der zum Konsumenten geschrumpfte Bürger nun einfach durch seine Konsumentenmacht, durch seine Gebrauchsgewohnheiten, durch Tanken, Segeln, Weintrinken und Einkaufen der Weltpolitik die Ziele setzt? Eine „Politisierung der Weltgesellschaft“ an den hergebrachten Organen der Interessenorganisation und demokratischen Willensbildung, an Parlamenten, Regierungen, Parteien oder Gewerkschaften vorbei?<sup>30</sup> Welches ist der Preis für diese „Erfindung des Politischen“<sup>31</sup> an der „traditionellen“ Politik vorbei?

Es geht hier nicht so sehr um das Problem der selektiven Aufmerksamkeit, sondern um ein grundsätzliches Legitimitätsproblem. Denn mittlerweile haben wir mehr als nur eine vage Ahnung davon, daß der mediale Wandel die politische Kultur in ihren Fundamenten - neutral ausgedrückt - zumindest herausfordert, verändert, vielleicht auch erschüttert.

In seinem Buch „Dialektik der Kommunikationsgesellschaft“ spricht Richard Münch etwa von einer „periodischen Überhitzung“ und von „temporäre(n) Zusammenbrüchen des öffentlichen Diskurses“.<sup>32</sup> Ähnlich wie Neu Postman befürchten Thomas Meyer und andere im Zuge der Ästhetisie-

28 Werner Funk (Chefredakteur des Stern), zit. nach: Kein Hirt und eine Herde, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, H. 9.1995, 8.29.

29 Gesine Schwan, Zurück zum Krieg aller gegen alle, in: Die Zeit, 22. 9.1995, S. 12.

30 Ulrich Beck, Was Chirac mit Shell verbindet, in: Die Zeit, 8. 9.1995, 8. 9.

31 Vgl. dazu Ulrich Beck, Die Erfindung des Politischen, Frankfurt/M. 1993.

32 Richard Münch, Dialektik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt /M. 1991, S. 17f.

zung der sozialen Welt, daß die einen durch „die Verführung zur symbolischen Inszenierung als medienbedingter Dauerreiz (...) vom täuschenden Schein fortwährend geblendet werden und andere das Spiel bald durchschauen und sich verdrossen von ihm abwenden“, daß „die voranschreitende Vorherrschaft inszenierter Bilder in unserer Lebenswelt (...) die Kommunikationskultur der Gesellschaft und mit ihr die politische Kultur im ganzen“ verändert.<sup>33</sup> Und schon vor Jahren fand der amerikanische Sozialwissenschaftler Richard Sennett mit seiner sozialhistorischen Studie über „Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität“<sup>34</sup> ähnliche Beachtung wie Jürgen Habermas mit seinem ebenfalls historisch ausladenden sozialphilosophisch-kritisch angelegten Klassiker zum „Strukturwandel der Öffentlichkeit“.<sup>35</sup>

Ganz offensichtlich verändert sich etwas; verändert sich das, was gemeinhin mit Öffentlichkeit bezeichnet wird; der Raum also, in dem der politische Diskurs über die alle betreffenden Angelegenheiten stattfindet, über das, was der verbindlichen Regelung bedarf. Abgesehen davon, daß es immer schwieriger wird, diesen „Raum“ genau zu bestimmen und zu erkennen, tummeln sich hier inzwischen viele, gibt es eine harte Anbieterkonkurrenz von Akteuren, die zumeist keine staatsbürgerlichen Absichten verfolgen, sondern schlicht Geld verdienen wollen. Allerdings ist auch hier vor einem nostalgisch verklärenden Blick zurück zu warnen. Die eben zitierten kritischen Stimmen scheinen nicht frei davon zu sein. Die Vorstellung jedenfalls von Öffentlichkeit als dem Forum der „res publica“ war schon immer ein Idealtypus; ein Idealtypus, der jedoch nicht schon deshalb falsch ist, weil die Wirklichkeit anders aussieht. Insofern fällt es auch schwer, die Generalthese vom Verfall demokratischer Öffentlichkeit einfach hinzunehmen. Denn die Klage über den Niedergang demokratischer Öffentlichkeit ist so originell nicht, auch wenn wir vor qualitativ neuen Herausforderungen stehen. Schon bei Alexis de Tocqueville<sup>36</sup>, dem inzwischen zum Klassiker gewordenen französischen Adligen aus der Zeit der französischen und amerikanischen Revolution, ist es nachzulesen. Die moderne Gesellschaft entwickle sich dergestalt, so meinte er hellseherisch, daß der öffentliche Raum für die große Masse der Bürger zum gefühlsmäßig fremden Bereich werde, einem Bereich, in dem sie zwar tätig seien, von dem sie sich aber abgekoppelt fühlten.

Gibt es auch im Bereich politisch-medialer Veränderungen keine Prognosegewißheit, so wird man sich doch fragen müssen: Verändert sich die mediale Umwelt vielleicht so, daß politische Öffentlichkeit zur situativen Aktionsöffentlichkeit wird? Oder verflüchtigt sich gar politische Öffentlichkeit in einem Konglomerat nicht mehr überschaubarer Mediennutzergrüppchen? Können

---

33 Berthold Bodo Flaig/Thomas Meyer/Jörg Uelzhöffer, *Alltagsästhetik und politische Kultur. Zur ästhetischen Dimension politischer Bildung und politischer Kommunikation*. Bonn 1993. S. 17ff; Thomas Meyer, *Die Inszenierung des Scheins. Voraussetzungen und Folgen symbolischer Politik. Essay-Montage*. Frankfurt/M. 1992; Neil Postman, *Wir amüsieren uns zu Tode*. Frankfurt/M. 1985.

34 Richard Sennett, *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*, Frankfurt/M. 1986.

35 Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Neuwied 1971.

36 Vgl. Alexis de Tocqueville, *Über die Demokratie in Amerika* (1835), Stuttgart 1985.

die Medien vor allem dann, wenn sie sich aus einem überschaubaren Set von „Angebotsmedien“ zu einer nicht mehr überschaubaren Fülle von „Nachfragemedien“ entwickeln, insofern vielleicht auch aufhören, im ursprünglichen Sinne des Wortes Massen-Medien zu sein, überhaupt noch Mobilisierungs- und Demobilisierungspotentiale im Hinblick auf öffentliche Angelegenheiten entwickeln?

Man wagt kaum zu konkretisieren, was es für demokratische Öffentlichkeit, für unser Bild von Politik, für den politischen Prozeß selbst und für die politische Kultur bedeutet, sieht man sich die revolutionären Veränderungen gerade auf dem elektronischen Medienmarkt an: Die zunehmende Verschmelzung von Kommunikationstechnik und Datenverarbeitung, von Telekommunikation und Unterhaltungselektronik, von Individual- und Massenkommunikation, die Internationalisierung und Kommerzialisierung des Medienmarktes sowie eine weitere unglaubliche Angebotsexplosion. Medienkultur wird allgegenwärtig. „Widerstand ist zwecklos“, so schrieb „Der Spiegel“ einmal in einem Beitrag über die zukünftige Multi-Media-Welt, in der alles, überall und jederzeit über eine integrierte Datenpipeline abrufbar sein soll; eine bunte Bilder- und Datenwelt, in der im wahrsten Sinne des Wortes jede Ware, jeder Kanal jede Sendung und jede Information käuflich ist.<sup>37</sup>

Was aber ist politische, demokratische Öffentlichkeit bei vielleicht bald einigen Hundert Fernsehkanälen, bei einem im Grunde heute schon kaum mehr zu übersehenden Angebot von Spartenprogrammen und Spezialprintmedien? Wie bildet sich da noch öffentliche Meinung, entsteht eine politische Öffentlichkeit? Öffentliche Meinung als Ansammlung von Themen, die die immer höher werdenden Aufmerksamkeitsbarrieren und Reizschwellen zu überspringen vermögen? Kann man überhaupt noch von einem Publikum sprechen, wenn sich Öffentlichkeit in beliebig viele Teilpublika spaltet? Öffentlichkeit als unübersichtliches Konglomerat von Nutzergruppchen etwa? Gibt es dann überhaupt noch gemeinsame Themen politischer Auseinandersetzung und Verständigung, ein politisches „Konversationswissen“, wie Ulrich Saxer es einmal genannt hat.<sup>38</sup> Werden wir denn tatsächlich eine zunehmende Individualisierung und Zielgruppenaufteilung in der Mediennutzung bekommen und wird dies in gleicherweise für den Bereich der politischen Informations- und Kommunikationsangebote gelten?

Gewiß ist nur soviel, daß die politisch-mediale Entwicklung ebenso wie die Entwicklung anderer gesellschaftlicher Bereiche mit vielen Ungewißheiten und Risiken verbunden ist; allerdings auch vielfältige individuelle und gesellschaftliche Chancen und neue demokratische Potentiale bietet. Das allmähliche Verschwinden politischer Öffentlichkeit, das Absinken der Politik „zur

37 Alles, überall, jederzeit, in: Der Spiegel, 21.2.1994; siehe auch Uwe Heuser, Der Kanal wird voll, in: Die Zeit, 3.9.1993, S. 31.

38 Vgl. Ulrich Saxer, Macht von Medien - Macht durch Medien. Anmerkungen zu Befunden in einem amorphen Forschungsbereich, in: Rundfunk und Fernsehen, 3-4/1983, S. 439-454.

Sparte der Bewußtseins- und Unterhaltungsindustrie"<sup>39</sup> jedenfalls ist kein Naturgesetz. Akzeptierte man dies so, dann käme das auch einem „Ende der Geschichte“ (Fukuyama) gleich, dem Zustand einer Art politischer Bewußtlosigkeit.

Die informations- und kommunikationstechnische Revolution wird den „Schaltplan unserer Gesellschaft“<sup>40</sup> verändern, dessen kann man heute schon sicher sein. Die z. T. dramatischen sozialen, gesellschaftlichen und politischen Begleit- und Folgeerscheinungen sind allenthalben zu beobachten. Und es gibt keine gesellschaftliche und politische Macht, weder national noch international, die diese Entwicklung prinzipiell aufhalten könnte. Inwieweit Richtung und Qualität dieser revolutionären Umwälzungen politisch überhaupt gesteuert werden können, dazu gibt es auch bei den Experten eine eher skeptische Einschätzung. Um so mehr wird es eine unserer wichtigsten kulturellen und politischen Zukunftsaufgaben sein, sich der emanzipatorischen Chancen dieses „Schaltplanes“ für eine demokratieförderliche Weiterentwicklung von Staat und Gesellschaft und damit für eine Modernisierung demokratischer politischer Kultur zu bedienen.

---

39 Gunter Hofmann, Im Zerrbild der TV-Totale, in: Die Zeit, 12.11.1993.

40 So Peter Glotz, Änderung des Schaltplans, in: Die Zeit, 10.11.1995.



