

Arbeitspapier und Onlinebeitrag 4/2017

S&S Publi GbR, Kempten (Allgäu)

**Medialisierung des Politischen,
Politainment und Mediokratie**

– Medien im gesellschaftlichen
und politischen Kontext –

von Tobias D. Schneider

Medialisierung des Politischen, Politainment und Mediokratie

– Medien im gesellschaftlichen und politischen Kontext –

von Tobias D. Schneider

Medien, verstanden als (Ver-) Mittler von Informationen sowie als Hilfsmittel zur sozialen bzw. kommunikativen Interaktion zwischen Individuen und Gruppen bis hin zu Institutionen, schaffen Verständigung und bilden gleichzeitig deren Rahmen.¹ In einer demokratischen Gesellschaft übernehmen Medien zentrale Kernfunktionen (Informations-, Meinungsbildungs- und Kritik- bzw. Kontrollfunktion²), weshalb die deutsche Gesetzgebung den Medien und ihren Vertretern eine Absicherung im Grundgesetz bietet.³ Neben ihrer demokratieermöglichenden und -erhaltenden Seite stellen Medien allerdings auch eine „... machtvoll-unumgängliche Zwischeninstanz ...“⁴ dar und können als aktive und gestaltende Akteure agieren. Somit drängt sich die Frage auf, inwiefern sich Gesellschaft, Politik und Medien gegenseitig bedingen und was eine Medialisierung von Politik in einem demokratischen System bedeutet.

Medialisierung bezeichnet „... den Prozess der massenmedialen Durchdringung weiter (wenn nicht aller) Bereiche moderner Gesellschaften, einschließlich der dadurch bewirkten Folgen.“⁵ Sowohl in der öffentlichen Debatte als auch in der wissenschaftlichen Literatur wird die Medialisierung von Politik bzw. dem Politischen kontrovers diskutiert.⁶ Zwar stellt sich Medialisierung von Politik oft problembelastet und als Herausforderung dar, jedoch birgt sie ebenso Chancen für die Demokratie. Demnach

¹ Vgl. hierzu die umfassenden Ausführungen von Winkler (2008).

² Vgl. Rudzio (2015), S. 465. Siehe ferner auch Branahl (2010) sowie Chill u. Meyn (1996), die neben den aufgelisteten Kernfunktionen noch weitere Funktionen der Medien beschreiben.

³ Vgl. dazu die Darstellungen bei Rudzio (2015), S. 454-456.

⁴ Winkler (2008), S. 39, der auch auf die etwaige Gefahr hinweist, dass Medien ein „... Ort der Verfälschung ...“ werden können.

⁵ Marcinkowski u. Steiner (2009), S. 2. Diese Definition von Medialisierung unterstreicht Jarren (2001), S. 11, der zusätzlich eine immer engmaschigere Medienverflechtung betont.

⁶ Vgl. hierzu beispielsweise den Beitrag von Besand (2014). Besand, die beide Seiten beleuchtet, spricht sich darin für eine aktive und urteilsichere bzw. mündige Rezipientenrolle der Bürgerinnen und Bürger aus. Daher plädiert sie dafür, das Potenzial, das durch die Verzahnung von Medien und Politik entsteht, demokratiefördernd zu mobilisieren. Daneben steht zum Beispiel Meyer (2002) der Medialisierung von Politik skeptisch gegenüber. Er sieht u. a. erhebliche Unvereinbarkeiten zwischen der politischen Prozesszeit und der medialen Produktionszeit, die dem Prinzip der Maximierung von Aufmerksamkeit unterliegt; zum medial verursachten Beschleunigungsdruck innerhalb des Politischen siehe auch den wissenschaftlichen Essay des Rechts- und Politikwissenschaftlers Mückenberger (2014).

gilt es, beide Seiten zu beleuchten. Überblickartig und exemplarisch skizziert die nachfolgende Abbildung die Argumente der Pro- und Kontraseite.

Medialisierung von Politik	
problembelastete Negativentwicklung	Chance für die Demokratie
<i>politischer Verfall/Autonomieverlust</i>	<i>Transparenz und Verhinderung von Machtmissbrauch</i>
<i>Entpolitisierung/Trivialisierung</i>	<i>Perspektivenpluralismus</i>
<i>Personalisierung von Wahlkämpfen</i>	<i>Partizipationsmotor/politische Öffentlichkeit/Interaktionsmöglichkeiten</i>
<i>Zunahme von Populismus</i>	
<i>Übermacht der medialen Einflüsse</i>	

Konträre Sichtweisen auf die Medialisierung von Politik – Beispiele⁷

Begrifflich fassen lässt sich die Verflechtung von Politik und Medien mit dem Portmanteauwort „Politainment“, das aus den Wörtern Politik und Entertainment hervorgeht.⁸ Dabei handelt es sich um eine Art der (massenmedialen) Politikvermittlung, die politische Realitäten konstruiert und sich zum einen in unterhaltender Politik und zum anderen in politischer Unterhaltung niederschlägt. Die Akteure auf der Ebene der unterhaltenden Politik sind politisch tätige Personen, die sich – zum Beispiel bei Wahlkämpfen – die Instrumente von Unterhaltung zunutze machen.⁹ Politische Unterhaltung geht hingegen von der Medien- bzw. Unterhaltungs- und Kulturindustrie aus. Dabei stellen politische Themen, Ereignisse und Akteure Bestandteile ihrer Vermarktungsstrategien dar.¹⁰ Um ihren Produkten – wie einer Talkshow – Attraktivität zu verleihen sowie möglichst hohe und gewinnversprechende Einschaltquoten zu erzielen, greift die Branche auf politikaffine Inhalte und Personen zurück.¹¹ Die mediale Vernetzung führt dazu, dass Politikerinnen und Politiker permanenter Öffentlichkeit

⁷ Die Abbildung basiert auf Inhalten von Besand (2014), S. 367f., Meyer (2002) und Schulz (2009), S. 105.

⁸ Dem Begriff Politainment liegen verschiedene Auslegungen zugrunde. In dem hier vorliegenden Zusammenhang wird auf die prominente Definition des Medienwissenschaftlers Dörner (2011), S. 25, rekurriert: „Unter Politainment wird hier eine Form der massenmedial vermittelten Kommunikation verstanden, in der politische Themen, Ereignisse, Akteure, Identitäten und Sinnentwürfe im Modus der Unterhaltung zu einer neuen Realität des Politischen montiert werden.“

⁹ Vgl. Dörner (2011), S. 25f.

¹⁰ Vgl. Dörner (2011), S. 26. Daneben auch Rudzio (2015), S. 466.

¹¹ Siehe dazu Rudzio (2015), S. 469f., der die wirtschaftliche Komponente kontrovers beleuchtet.

ausgesetzt sind.¹² Derartige mediale Bühnen dienen wiederum politischen Vertreterinnen und Vertretern sowie ihren Programmen, womit sich der Kreis zwischen unterhaltender Politik und politischer Unterhaltung schließt.¹³

Nicht zuletzt vor dem oben erläuterten Hintergrund erweist es sich bei der Thematik der Medialisierung von Politik als unabdingbar, den Fokus auch auf Demokratie als politische Ordnung zu richten. In der (Parteien-) Demokratie kommen den Medien vielfältige und wichtige gesellschaftliche Funktionen zu, wenngleich sie auch hauptsächlich eine passive und kritisch-deskriptive (Betrachter-) Rolle einnehmen. Medien beobachten und analysieren Politik differenziert, um gesammelt (Basis-) Informationen für Bürgerinnen und Bürger zu publizieren. Nachdem eine hohe und zunehmende Dominanz von Medien in Gesellschaft und Politik auszumachen ist, verändert sich auch die Demokratie.¹⁴ Zwar bedarf es bei der Verwendung des Begriffes der Mediendemokratie (oder in der Kurzform auch Mediokratie) einer gewissen Vorsicht und reflexiven Distanz.¹⁵ Jedoch umfasst er zumindest eine skeptisch-pessimistische Interpretation dieser (schleichenden) Entwicklung, die davon ausgeht, dass die typische Parteiendemokratie medial unterwandert wird.¹⁶ Dabei ist von einer aktiven und normativen Medienrolle sowie einer eher passiven Konsumentenhaltung der Staatsbürgerinnen und -bürger auszugehen.¹⁷

Letztlich tritt neben die eingangs ausgeführten definitorischen Erläuterungen zu Medien ein weiteres Charakteristikum: Denn Medien sind insbesondere auch ein gestaltender Faktor und zentraler Hebel sowohl für gesellschaftliche und politische Veränderungen und Entwicklungen als auch für die sie initiierenden Akteure. Daher ist es

¹² Vgl. Jarren (2001), S. 11, sowie ausführlich Sorge (2014). Salopp zusammenfassen ließe sich dieses Merkmal auch in den Worten: omnipräsente Berichterstattung in Echtzeit. Einige Nachrichtenportale – wie beispielsweise Spiegel-Online mit dem Live-Ticker „Der Morgen @SPIEGELONLINE“ – informieren im Sinne von Echtzeitjournalismus minutengenau über aktuelle gesellschaftliche, politische und kulturelle Geschehnisse.

¹³ Auf diese enge Verbindung und das sich gegenseitige Bedingen der beiden Ebenen verweist Dörner (2011), S. 25, ausdrücklich. Diese Spirale untermalen Dörner u. Vogt (2002) anhand von Wahlkampfanalysen.

¹⁴ Vgl. Meyer (2002), S. 7, der in diesem Zusammenhang provokativ sogar von einer Art „kopernikanischen Wende“ spricht. Überspitzt formuliert mutiert dann „Demokratie“ im Sinne der „Herrschaft des Volkes“ zur „Mediokratie“ im Sinne der „Herrschaft der Medien“.

¹⁵ Vgl. Sarcinelli (2011), der ähnlich wie schon Meyer (2002) die diesbezüglichen Entwicklungen ebenfalls skeptisch betrachtet, jedoch vor einer „[...] Generalthese, welche den Wandel von der Parteien- zur Mediendemokratie behauptet [...]“, warnt (S. 21).

¹⁶ Vgl. Rudzio (2015), S. 467, der in diesem Kontext auf das sogenannte „agenda setting“ hinweist. Ferner siehe z. B. auch die Beiträge von Meyer (2001 u. 2002), die sich explizit mit dieser Materie beschäftigen.

¹⁷ Eine Verschmelzung der Produzenten- und Rezipientenrolle findet insbesondere im Social-Media-Bereich statt. Hierbei konsumieren *und* produzieren Bürgerinnen und Bürger politische Inhalte und werden somit zu sogenannten „prosumers“ (producer und zugleich consumer).

im Sinne der Demokratie unerlässlich, sich mit der Analyse von Effekten medialer Erscheinungen in Politik und Gesellschaft auseinanderzusetzen. Insgesamt ist eine derartige Auseinandersetzung und Sensibilisierung in Form von Medienerziehung als ein Bewusstwerdungsprozess zu begreifen, der kritisches Konsumieren von Medienprodukten bzw. medialen Inhalten und reflektiertes „Umgehen“¹⁸ mit denselben ermöglicht. Denn anders ist ein Verständnis von Politik nicht (mehr) möglich.¹⁹

¹⁸ Es sei an dieser Stelle auf den Gedanken von Gapski (2013), S. 15, hingewiesen, der dem Wort „Umgang“ in diesem Zusammenhang etwas Werkzeughaftes und Funktionales anlastet. „Eher müsste von einem selbstbestimmten Leben in informatisierten, vernetzten Umwelten gesprochen werden ...“.

¹⁹ Vgl. Besand (2014), S. 369.

Literaturverzeichnis

- Besand, A. (2014): Medienerziehung. In: Sander, W. (Hg.): Handbuch politische Bildung, 4. Auflage. Schwalbach/Ts, S. 366-374.
- Branahl, U. (2010): Warum Medien wichtig sind: Funktionen in der Demokratie. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Informationen zur politischen Bildung. Massenmedien. B. 309, H. 4, S. 6-8.
- Chill, H.; Meyn, H. (1996): Funktionen der Massenmedien in der Demokratie. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Informationen zur politischen Bildung. Massenmedien. B. 260, H. 3, S. 3-10.
- Dörner, A. (2011): Neue Wege im politischen Marketing. Politainment. Thesen zum Zusammenhang von Politik und Unterhaltung in der deutschen Gegenwartsgesellschaft. In: Grünewald, R.; Guldenzopf, R.; Piepenschneider, M. (Hg.): Politische Kommunikation: Beiträge zur Politischen Bildung (Band 1). Berlin, Wien u. a., S. 25-33.
- Dörner, A.; Vogt, L. (2002): Der Wahlkampf als Ritual. Zur Inszenierung der Demokratie in der Multiptiongesellschaft. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament: Medien und Wahlkampf. B. 15-16, S. 15-22.
- Gapski, H. (2013): Die Zukunft hat schon begonnen. Mediale Trends und neue Themen für die Medienbildung. In: Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Medienarbeit NRW e.V. (Hg.): InterAktiv. Sonderausgabe: Jugendmedienarbeit NRW 2013. Neue Themen – neue Perspektiven. H. 2, S. 10-17.
- Jarren, O. (2001): "Mediengesellschaft" - Risiken für die politische Kommunikation. In: BPB – Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament: Mediengesellschaft. B. 41-42, S. 10-19.
- Marcinkowski, F.; Steiner, A. (2009): Was heißt Medialisierung? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien? Vortrags- und Working Paper No. 29 im Rahmen des National Centre of Competence in Research (NCCR) – Challenges to Democracy in the 21st Century. <http://www.nccr-democracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/WP29.pdf>. (Zugriff am 30.06.2017).
- Meyer, T. (2001): Mediokratie: Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main.
- Meyer, T. (2002): Mediokratie – Auf dem Weg in eine andere Demokratie? In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament: Medien und Wahlkampf. B. 15-16, S. 7-14.
- Mückenberger, U. (2014): Zeiten der Politik und Zeiten der Medien – Essay. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament: Politik, Medien, Öffentlichkeit. B. 22-23, S. 3-9.
- Rudzio, W. (2015): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, 9. Auflage: Springer VS.
- Sarcinelli, U. (2011): Medien und Demokratie. In: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hg.): Demokratie in Deutschland 2011 – Ein Report der Friedrich-Ebert-Stiftung, Onlinedokument abrufbar unter: http://www.demokratie-deutschland-2011.de/common/pdf/Medien_und_Demokratie.pdf. (Zugriff am 29.06.2017).
- Schulz, W. (2009): Politischer Medieneinfluss: Metamorphosen des Wirkungskonzepts. In: Marcinkowski, F.; Pfetsch, B. (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Politische Vierteljahresschrift – Sonderheft 42, S. 103-125.
- Sorge, P. (2014): Echtzeitjournalismus in der Kritik. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament: Politik, Medien, Öffentlichkeit. B. 22-23, S. 10-15.
- Winkler, H. (2008): Basiswissen Medien. Frankfurt/M.