

Andreas Dörner: Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft

Frankfurt/M.: Suhrkamp Verlag 2001, 256 S., ISBN 3-518-12203-7, € 11,-

Politik ist das, was als Politik beobachtet wird. Und Politik wird, folgt man der These Andreas Dörners, anders beobachtet, seitdem die ‚klassische Moderne‘ durch die ‚mediale Erlebnisgesellschaft‘ abgelöst worden ist. Denn mit dem Aufstieg der ‚Medienunterhaltung zum Sinn- und Identitätszentrum der modernen Gesellschaft‘ (S.45) ist auch die (medial vermittelte) Kultur dominant ‚Unterhaltung‘ geworden – ein mit einem ‚Feel-Good-Faktor‘ (S.62) ausgestatteter ‚geschlossener Sinnbereich‘, der sich im ‚Als-ob-Modus‘ prozessiert und auf die ‚ausgezeichnete Wirklichkeit‘ (A. Schütz) bezieht (S.60f.).

Aus der ‚Symbiose‘ (S.9), die die Politik mit dieser Unterhaltungskultur eingeht, resultiert ‚Politainment‘, ein ‚Politik-Unterhaltungs-Syndrom‘ (S.34), das in der USA als Paradigma der medialen Erlebnisgesellschaft bereits besichtigt werden kann und dessen eigentümliche Funktionslogik ‚Fragen nach der Transformation des Politischen in der Erlebnisgesellschaft auf[-wirft]‘ (S.34), deren Beantwortung in dem Maße wichtiger wird, wie auch hierzulande die ‚Amerikanisierung‘ der Medien und der medial geprägten politischen Kultur fortschreitet.

Worin besteht nun die Transformation, von der hier die Rede ist und die im ‚permanenten Wahlkampf‘ (S.112) einer ‚media democracy‘ (Orren), die die Differenz von ‚campaigning‘ und ‚governing‘ löscht (vgl. B. Pfetsch: *Government News Management – Strategic Communication in Comparative Perspective*, MPIFG FS III 99-101, 1999, S.1-2), greifbar wird? Sie besteht, so könnte die Antwort lauten, darin, dass die Politik im Zuge ihrer massenmedialen (Re-) Konstruktion in ein Bild der Politik transformiert wird.

In weiten Teilen beschreibt ‚Politainment‘ dieses Bild, d. h. das Bild, das sich die Medien in Talk-Shows (Kap. 6, S.133ff.), Serien (Kap. 7, S.155ff.) Kriminalfilmen (Kap. 8, S.189 ff.) und Kinofilmen (Kap. 9, S.214ff.) von der Politik machen. Dieses Bild weist spezifische Funktionen und Merkmale auf, wobei die Funktionen vor allem als Funktionen in der und für die Politik, die Merkmale aber

als Merkmale der Beobachtung dieser Politik in den und durch die Massenmedien beschrieben werden.

Zu den (politischen) Funktionen gehört z. B. die Inklusion derjenigen Teile der Bevölkerung, die ansonsten von der Politik – freiwillig oder unfreiwillig – exkludiert blieben. „Politainment macht in einer Zeit, in der die meisten Bürger keinen direkten Kontakt mit den komplexen Prozessen des politischen Systems haben, Politik wieder sichtbar und sinnlich erfahrbar“ (S.33). Politainment erweitert den Zugriffsbereich der Politik und „ist somit ein relevanter Teil des gesellschaftlichen Interdiskurses, der Kommunikationsräume über die Grenzen von Subsystemen, ideologischen Milieus und sozialstrukturellen Formationen hinweg eröffnet“ (S.240). Politainment stellt eine „Infrastruktur für das gemeinsame Gespräch zur Verfügung“ (S.98), bietet allgemein verfügbare „politische Modellidentitäten“ (S.241) an und trägt durch den ‚Feel-Good-Faktor‘ zur Reproduktion jenes Glaubens an die politische Gestaltbarkeit der Verhältnisse bei, der Voraussetzung ihrer tatsächlichen politischen Gestaltung ist (S.72).

Die Merkmale des massenmedialen Bildes der Politik sind aber nicht auf die politischen Funktionen, sondern eher auf die Merkmale des Beobachters (der Massenmedien) zurückzuführen, der dieses Bild konstruiert. Sie verdanken sich massenmedialen Aufmerksamkeits- und Herstellungsregeln (z. B. Nachrichtenwerten wie Neuigkeit oder lokaler Bezug), die die Politik vereinfachen, personalisieren, emotionalisieren und im Modus des ‚Feel Good‘ darbieten (S.240). Und sie sind Ausdruck und Folge der zunehmenden Kommerzialisierung der Medien und der daraus resultierenden ‚Herrschaft der Quote‘.

Es gibt aber offensichtlich auch Strukturen und Folgen des Politainment, die nicht auf die Art und Weise zurückzuführen sind, wie die Massenmedien die Politik (re-)konstruieren, sondern einfach darauf, dass sie die Politik (re-)konstruieren und damit (in ihrem Bild) verdoppeln – so etwa die Transformation von Politikern in hyperreale Medienfiguren, die zwischen Realität und Fiktion und zwischen inner- und außermedialer Existenz oszillieren (S.126) und aus dieser Oszillation in beiden Bereichen Vorteile ziehen können.

Von einer solchen Interaktion der Politik mit (ihrem Bild in) den Massenmedien ist aber in Dörners Arbeit nur selten die Rede. Ebenso wird auf ‚langatmige‘ Theorie- und Begriffsarbeit verzichtet. Daraus resultiert eine Beschreibung, die ähnlich unterhaltsam ist wie das, was sie beschreibt. Diese Ähnlichkeit ist einerseits vom Autor gewünscht (S.10), andererseits aber durchaus zweischneidig, weil sie „Politainment“ eben nicht nur ähnlich unterhaltsam, sondern auch ähnlich unbestimmt und vieldeutig wie das ‚Politainment‘, von dem es handelt, macht. Die (mediale) ‚Erlebnisgesellschaft‘ etwa, die in der Logik des Buchtitels eigentlich als unabhängige, d. h. bestimmte, Variable fungieren müsste, stellt vor allem eine höchst unbestimmte Variable (vgl. S.37ff.) dar, die die unbestimmte Relation zwischen den ihrerseits unbestimmten Begriffen ‚Kultur‘ und ‚Gesellschaft‘ mar-

kiert und verdeckt – und dadurch in eine Art ‚Joker‘ (M. Serres) transformiert, der da, wo er gebraucht wird, auf nahezu beliebige Art und Weise z. B. sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten zwischen den USA und Deutschland ‚erklären‘ kann.

Im Begriff der Erlebnisgesellschaft versteckt sich demnach eine Unruhe, die durch das Attribut ‚medial‘ nochmals zugespitzt und nochmals verdeckt – und schließlich im Begriff des ‚Politainment‘ virulent und stillgestellt wird. Diese Unruhe verdankt sich der Differenz zweier unterschiedlicher aber nicht unterschiedener Perspektiven, von denen eine ‚die mediale Erlebnisgesellschaft‘ als Umwelt oder/und Infrastruktur der Politik beobachtet, während die andere ‚die Medien‘ als System sui generis konzipiert. Im Schutz des Attributs ‚medial‘ kann der Wechsel zwischen beiden Perspektiven vollzogen und unsichtbar gemacht werden. Die Fragestellung ‚Politik-im-Kontext (der Erlebnisgesellschaft) als Frage nach einem System-Umwelt-Verhältnis wird unter der Hand ersetzt und ergänzt durch die Frage nach der Relation zwischen dem System der Politik und dem System der Medien, also nach einem System-System-Verhältnis. ‚Nebeneinander und ineinander liegende Kreise‘ (G. Simmel) werden ineinander geschoben und aufeinander geblendet. Und zum ‚Politainment‘ wird all das, was sich diesen Unterscheidungen und der Unterscheidung dieser Unterscheidungen (vgl. S.31f.) nicht fügt. Der Begriff des ‚Politainment‘ fungiert damit im genauen Sinne als ‚Symbol‘ eines komplexitätsreduzierenden (unterhaltsamen) Kurzschlusses, der da, wo es um Phänomene in zwei unterschiedlichen Systemen (oder/und auf zwei unterschiedlichen Ebenen) oder/und (in der Interaktion) ‚zwischen‘ ihnen geht, ein einheitliches Phänomen konstituiert/beschreibt.

Aufgrund dieser Begriffsstrategie ist „Politainment“ da stärker, wo es das Bild beschreibt, das in den Medien bzw. (!) durch die Unterhaltungskultur von der Politik gezeichnet wird. Und es ist, wie ein Blick in eine andere Neuerscheinung mit eng verwandter Thematik (Thomas Meyer: Mediokratie. Die Kolonialisierung der Politik durch die Medien, Frankfurt am Main 2001) zeigt, da schwächer, wo es (a) den Abstand ausmessen müsste, der dieses Bild von der Politik trennt, der es gilt; und wo es (b) die Entstehung dieses Bildes in und aus der Interaktion der Politik mit (ihrem Bild in) den Massenmedien zu (er-)klären hätte. Denn zwar erwähnt Dörner, dass durch die Entstehung eines ‚Politainment‘ „eine Zweiteilung der politischen Bühne in einen vorderen und hinteren Teil“ (S.69) etabliert wird und deutet damit auch die ‚schwindelerregenden Rekursionen und Wechselwirkungen‘ (Meyer 2001, S.96) an, die sich daraus ergeben, dass diese Zweiteilung nicht einfach nur produziert, sondern auch beobachtet und zivilisiert wird (weil „allzu große Distanzen zwischen Symbol- und Realpolitik, Politainment und messbarer politischer Performance von öffentlichen Beobachtern und von den Wählern abgestraft werden“, S.69). Er geht aber den Komplikationen, die daraus resultieren, nicht konsequent nach und bemerkt deshalb auch nicht die Fragen, die sie für seinen eigenen Ansatz aufwerfen. Denn tatsächlich bedeutet die angegedeu-

tete Zweiteilung der Politik, dass das Publikum nicht einfach nur die Darstellung auf der Vorderbühne (das ‚Politainment‘) beobachtet, sondern u. U. (mitlaufend) auch die Differenz zwischen Vorder- und Hinterbühne, Politikerherstellung und -darstellung, Politik und ‚Politainment‘ (was die Politik im Gegenzug vor die Aufgabe stellt, die Distanz, die ihre Selbstdarstellung von ihrer Herstellung trennt, entweder unsichtbar zu machen oder aber zu rechtfertigen).

Diese Andeutungen mögen genügen, um deutlich zu machen, dass die mediale Darstellung der Politik (zumindest in Talkshows oder in der Tagesschau) ein Ko-Produkt ist, das Resultat eines Spiels, in dem zwei Systeme zugleich mit- und gegeneinander spielen. „Das mediale Endprodukt ist [...] fast stets eine Ko-Inszenierung, in die das Inszenierungsangebot der politischen Akteure ebenso eingeht wie dessen endgültige Transformation durch die Medienakteure, gegebenenfalls aber auch dessen komplette Destruktion. [...] Die medial-politische Ko-Inszenierung kann also, muss aber nicht symbiotisch sein“ (Meyer 2001, S.142: Im übrigen mag bei der Beantwortung der Frage, ob in der antagonistischen Kooperation von Politik und Medien mehr das Moment der Kooperation oder mehr das Moment der Konfrontation betont wird, der Einsatzpunkt eines spezifizierten Begriffs der (politischen) Kultur liegen. Vgl. einige der Ergebnisse in: B. Pfetsch: *Amerikanisierung der politischen Kommunikation? Politik und Medien in Deutschland und den USA*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, H. 41-42/2001, S.27-36.). A. Dörners Diagnose einer ‚Symbiose‘, die den Begriff des ‚Politainment‘ definiert, greift demnach, auch wenn sie einen Aspekt des Verhältnisses von Politik und Medien richtig beschreibt, doch zu kurz, weil sie die „medientheoretisch interessante Frage [...] nach diesem Verhältnis von Darstellung, Selbstdarstellung und Vollzug politischen Entscheidungshandelns“ (Meyer 2001, S.78) zu schnell beantwortet und damit verdeckt. Insbesondere die „Frage nach dem Verhältnis der Selbstinszenierung des Politischen im politischen System und dem instrumentellen Entscheidungshandeln im selben System“ (Meyer 2001, S.79) wird gar nicht erst zureichend gestellt. Damit bleibt systematisch unterbelichtet, dass Politainment die Politik nicht nur (a) (wieder) erfahrbar und sichtbar, sondern (b) eben zugleich auch unsichtbar macht, und dass (c) die Beobachter der Politik das (zumindest implizit) auch wissen und daher nicht einfach das Bild der Politik (‚Politainment‘), sondern auch den Abstand beobachten, der dieses Bild der Politik von (anderen Bildern) der Politik trennt.

Auch so bleibt es dabei, dass Politik das ist, was als Politik beobachtet wird. Zugleich wird aber auch deutlich, dass Politik gerade in der modernen Gesellschaft nicht einfach – und nicht von allen – als Politainment beobachtet wird. Tatsächlich muss man mit einer Mehrheit von Beobachtern rechnen, die einander und die Politik mit sehr unterschiedlichen Perspektiven beobachten und dabei ‚die Politik‘ zuallererst hervorbringen. Die These, dass Politik heute weitgehend zu Politainment geworden ist, scheint demgegenüber zu einfach und selbst unter eben jenem Abstand zur Politik zu leiden, den sie der modernen Erlebnisgesellschaft

unterstellt. Von daher würde ich zumindest diejenigen, die nur ein Buch lesen wollen und sich vor allem für den ‚interaktiven‘ Aspekt des Themas interessieren, eher die bereits zitierte Arbeit von Thomas Meyer empfehlen.

Stefan Klingelhöfer (Darmstadt)