

Peter Filzmaier

Wag the Dog? Das Verhältnis von Medien und Politik

Der Wettbewerb von Parteien und Politikern ist von einer inhaltlichen Auseinandersetzung zur teledemokratischen Medienkonkurrenz geworden. Was aber geschieht, wenn politische Akteure und Medien über unwichtige und unterhaltsame Dinge anstatt über wichtige und ernste Themen kommunizieren wollen? Ist für beide Seiten die Lust an der Inszenierung größer als das Interesse an Inhalten? Drohen in Kommunikationsgesellschaften eine Entpolitisierung der Demokratie und/oder eine Reduktion der Politik auf mediengerechte Minimalbotschaften? Ist Politikverdrossenheit ein Resultat des kurzfristigen Sensationsgewinns auf Kosten von langfristigen Problemlösungen? Wird Politik nicht mehr gestaltet, sondern lediglich medial inszeniert?

Zugleich kann argumentiert werden, dass mediale Akteure über die Berichterstattung hinaus das politische System beeinflussen (wollen). Erfüllen Medien als „vierte Staatsgewalt“ ihre Kontrollfunktion? Inwieweit ist die Themensetzungsfunktion durch Massenmedien eine Bestätigung oder Verfälschung der Notwendigkeiten bzw. Prioritäten für die öffentliche Kommunikation einer Gemeinschaft? Was passiert, wenn sich Medien ähnlich Parteien verhalten, und für politische Anliegen Kampagnejournalismus betreiben? Welche Auswirkungen haben Ökonomisierung und Boulevardisierung auf die Politikvermittlung? Wie gehen wir mit den Problemen der kommunikativen Überfrachtung, des Info- und Emotainments sowie der mangelnden Mediennutzungskompetenz um?

Die inhaltliche Einleitung zur Tagung politische Kommunikation soll auf theoretische und praktische Analysen des Verhältnisses von Politik und Medien neugierig machen. Der Vortragstitel orientiert sich an einem US-amerikanischen Spielfilm mit der Schlüsselfrage, ob in modernen Kommunikationsgesellschaften das politische System Massenmedien instrumentalisieren kann und/oder umgekehrt.