

Hannes Haas

Dynamik im Marketing, Stagnation im Journalismus? Zum Strukturwandel politischer Kommunikation.

Mit der Mediatisierung der Politik verlieren etablierte politische und mediale Handlungsmuster an Bedeutung, dagegen werden neue – an medialen Regeln orientierte – Rahmen und Routinen des politischen Entscheidens und der öffentlichen Darstellung herausgebildet. Politik unterwirft sich der Medienlogik, für viele Beobachter eine problematische Entwicklung, deren Folgen mit (ungenauen) Begriffen wie „Amerikanisierung“ oder „Politainment“ beschrieben werden. Die öffentliche Darstellung von Politik droht zum quotensicheren Event, produziert nach den Regeln erfolgreicher Unterhaltung für das Publikum der Erlebnisgesellschaft, zu verkommen. Auch wenn politisch schwach Informierte über „heuristics“ eine „low-information rationality“ (Samuel L. Popkin) entwickeln können, herrscht doch Einigkeit über die Gefährdung der unersetzlichen Informationsleistung der Medien in demokratischen Systemen.

Wer sich einer fremden Logik unterwirft, muss sich verändern. In der Medienlogik gilt es Aufmerksamkeitsgewinne zu lukrieren, politische Inhalte und komplexe Aushandlungsprozesse vereinfacht, auf symbolische Rituale verkürzt, über mediengeschulte Personen zu transportieren. Wer eine fremde Logik übernimmt, verändert auch die fremde Logik. Das politische Marketing beliefert Journalismus und konkurrenziert ihn bei der Steuerung von Themen, deren Taktung und Timing. Die Medien sind Instrumente und zugleich Akteure der neuen politischen Kommunikation.

Die „Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem“ (Thomas Meyer) ist theoretisch und empirisch ein Feld mit Konjunktur. Dagegen bleiben die Folgen solcher Transformation für den Journalismus weitgehend ausgeblendet. Es sollen daher folgende Fragen behandelt werden: Wie steht es mit der Kolonisierung des Journalismus durch die Politik? Welche journalistischen Bedeutungs- und Funktionsverluste haben die Erfolgsbilanz des politischen Marketing ermöglicht? Erfasst der Begriff der professionellen Intereffikation noch in adäquater Weise das Verhältnis zwischen Politik und Journalismus? Ist nicht vielmehr eine Dominanz politischer Kommunikation festzustellen, die durch wissenschaftliche Expertise, laufende Beratung und spezialisierte Infrastrukturen dynamisiert wird? Müssen eingefahrene

redaktionelle Routinen überdacht und möglicherweise durch andere und bessere ersetzt werden, wenn es dem politischen System gelingt, die medialen Regeln soweit zu beherrschen, dass journalistisches Entscheidungshandeln eingeschränkt wird? Wie positioniert sich Journalismus in diesen Wandelprozessen? Als (un/frei)williger Förderer der symbolischen Kommunikation des politischen Systems oder als kritischer, seinen Rezipientinnen und Rezipienten verpflichteter Beobachter politischen Handelns? Oder gar als Inszenierungskumpan?