

Auszug aus Context XXI

<http://contextxxi.org/inszenierte-politik-politik-durch.html>

erstellt am: 29. März 2024

Datum dieses Beitrags: November 1999

Inszenierte Politik – Politik durch Inszenierung

Die Darstellung von Macht, Herrschaft und Politik war immer eine der Lieblingsbeschäftigungen der politischen Eliten. Die Formen und Mittel der Inszenierung können dabei sehr unterschiedlich sein. [1]

■ MARKUS PINTER

Die Nationalratswahl ist vorbei. Der Streß des Wahlkampfes, der zwei Hauptdarsteller, den Bundeskanzler und seinen Finanzminister Rudolf Edlinger, sogar zu Spitalsaufenthalten zwang, ebenso. War das bereits ein Anzeichen für die folgende Wahlniederlage der SPÖ?

Das wird sich wohl nie ganz genau feststellen lassen, merkwürdig ist es allemal. Daß die Krankheit der beiden SPÖ-Politiker den höchsten Nachrichtenswert aller Meldungen des jeweiligen Tages hatte, zeigt, wie wichtig die einzelnen Personen für die Wahlen und den Wahlkampf sind. Natürlich hat ein Spitalsaufenthalt des Bundeskanzlers, eines Ministers oder einer Ministerin immer einen gewissen Nachrichtenwert, im Wahlkampf ist es jedoch die Spitzenmeldung des Tages.

Mediale Höhepunkte im Wahlkampf sind immer wieder die TV-Konfrontationen. Obwohl ihre Zugkraft weiter nachgelassen hat und die Reichweite zurückgegangen ist, spielen die Konfrontationen für die Wahlentscheidung nach wie vor eine gewisse Rolle. Den „Runden Tisch“ mit den Vorsitzenden aller fünf Parteien sahen immerhin knapp 1,4 Millionen Menschen. Die

„Taferl“ von Jörg Haider oder die überzeugenden TV-Auftritte von Bundespräsident Thomas Klestil vor seiner ersten Wahl sind nur zwei Beispiele für wahlentscheidende TV-Konfrontationen.

Die Einbeziehung der Öffentlichkeit in die Politik bzw. die Darstellung von Politik über die Medien spielte natürlich nicht immer eine so bedeutende Rolle wie heute. In Zeiten hierarchisch strukturierter Herrschaftssysteme lag die Macht, aktiv wahrzunehmen und zu sehen, bei den politischen Eliten, so lautet eine These des Philosophen Thomas Macho. Je weiter oben man auf den Sprossen der imperialen Leiter sitzt, desto größer ist die Möglichkeit, die unteren gesellschaftlichen Ränge im Auge zu behalten. Andererseits bewirkt ein höherer gesellschaftlicher Rang ein zunehmendes Maß an Unsichtbarkeit.

Es war ein Privileg von Fürsten, Königen, Kaisern, hohen kirchlichen Würdenträgern und Generälen, von „oben“ auf ihre Untertanen, Gemeinden und Soldaten herabzusehen. Macht bedeutet auch Kontrolle. Viel sehen zu können, ohne dabei gesehen zu werden, Übersicht bei gleichzeitiger Unsichtbarkeit. Hierarchien bewirken eine Asymmetrie der Sichtbarkeit. Sozial konstruierte Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Schichten wird mit dem Bewußtsein unterlegt, ein entsprechendes Übersichts- und Unsichtbarkeitspotential zu besitzen und dieses auch nützen zu können. Sozialer Aufstieg geht einher mit dem Zuwachs der Möglichkeiten, aktiv zu sehen, und dem Abnehmen des Risikos, passiv gesehen zu werden.

Das ändert sich mit der Moderne. Die rasanten Entwicklungen in allen gesellschaftlichen Bereichen ermöglichen es heutzutage theoretisch allen, nach oben zu gelangen und ins Rampenlicht der Öffentlichkeit zu treten. Vor allem der politische Karriereweg steht einer ungleich größeren Anzahl von Menschen offen als in streng hierarchisch strukturierten Herrschaftssystemen.

Es wird zunehmend wichtiger, Aufmerksamkeit zu erlangen und in der Öffentlichkeit gesehen zu werden. Anders als in früheren Zeiten ist nicht allein die Zustimmung bzw. die Kontrolle des relativ kleinen Kreises der politischen Eliten notwendig. Mit dem Entstehen von Massendemokratien, Massenparteien und Massenmedien wird es im Gegenteil immer wichtiger, große Teile der Bevölkerung zu erreichen und zu beeinflussen. Die Kontrolle und die Aufrechterhaltung der Basis läßt sich nicht durch immerwährendes Versteckspiel erreichen. Sonst würden die Politiker und Politikerinnen sämtlicher Parteien die anstrengenden Tourneen durch das ganze Land nicht auf sich nehmen. Über die Massenmedien läßt sich zwar eine große Anzahl potentieller Wähler und Wählerinnen erreichen, doch Abgehobenheit und Arroganz kommt nicht gut an. Anstelle der Unsichtbarkeit kommt es zu einer „Inflation der Gesichter“. [2] Thomas Macho geht sogar so weit zu behaupten, daß sich in der politischen Konkurrenz nicht mehr die Parteiprogramme, sondern nur mehr die Gesichter behaupten würden. Ganz so schlimm ist es noch nicht. Dennoch spielen Gesichter (oder Personen) eine große Rolle für die Wah-

lentscheidung. Laut einer Umfrage gaben 35 % der Wähler und Wählerinnen der SPÖ an, die Partei nur wegen des Spitzenkandidaten Viktor Klima gewählt zu haben. Jörg Haider von der FPÖ kommt — nicht wirklich überraschend — auf einen etwas höheren Prozentsatz. Der *Grüne* Alexander van der Bellen und die *Liberale* Chefin Heide Schmidt waren zu je knapp 30 % ausschlaggebend für die Entscheidung ihrer Wähler und Wählerinnen. Aber so unrecht hat Macho auch wieder nicht. Seit Jahren gibt es etwa im Wochenmagazin *profil* eine vierteljährliche Umfrage, um den Prozentsatz der Wähler und Wählerinnen aller Parteien zum jeweiligen Zeitpunkt in Erfahrung zu bringen. Gleichzeitig wird auch der Bekanntheitsgrad der wichtigsten Politiker und Politikerinnen Österreichs abgefragt, inklusive der Veränderung in Prozent. Hier kann die politische Elite ablesen, ob sie überhaupt für wichtig genug befunden wurde, um in der Auflistung aufzuscheinen. Dazu gibt es praktischerweise ein kleines Foto mit deren Porträt. Hier ist also der Erfolg bzw. der Mißerfolg der politischen Arbeit nicht nur für die Politiker und Politikerinnen selbst, sondern für ein Massenpublikum ablesbar.

Zumindest der Erfolg der politischen Öffentlichkeitsarbeit. Der Bekanntheitsgrad ist zwar mittlerweile ein wichtiges Kriterium für die Entwicklung der politischen Karriere geworden, über die Qualität sagt er jedoch nichts aus. „Wichtiger als selbst die denkbar höchste Kompetenz ist der Bekanntheitsgrad; und schlimmer als jede Kritik wäre der Umfragevermerk: zu wenig bekannt“, [3] lautet eine weitere Behauptung Machos. Das ist das Problem, das alle Parteien mit ihren Quereinsteigern und Quereinsteigerinnen haben. Sind sie in der Sache überaus kompetent, dann sind sie meist in der breiten Öffentlichkeit nicht bekannt genug. Haben sie hingegen einen großen Bekanntheitsgrad, da sie sich durch ihre früheren Tätigkeiten in Funk und Fernsehen profilieren konnten, läßt ihre Kompetenz zu wünschen übrig. Doch ein hoher Bekanntheitsgrad allein sichert noch lange nicht das Überleben auf der politischen Bühne.

Es ist allerdings unbestreitbar, daß politischer Erfolg zu einem immer größer

werdenden Teil durch die Erregung von Aufmerksamkeit über Bilder in den Massenmedien erreicht wird. Wichtig ist vor allem, dem Publikum ein Gefühl der Nähe zu vermitteln. Aufmerksamkeit erregen heißt hier vor allem, das Publikum direkt anzusprechen. Etwas frisch ausgedrückt etwa: „Hallo, ich rede gerade mit Ihnen, würden Sie mir also zuhören / das lesen, was ich zu sagen habe!“ Wer sich so inmitten des Überangebots von Information, Unterhaltung und (Wahl-)Werbung, am besten Aufmerksamkeit verschaffen kann, dem bzw. der wird es möglich sein, durch kurze Statements das Bedürfnis nach mehr zu wecken und sich einen Platz in der politischen Prominenz zu sichern.

Das Publikum bleibt jedoch anonym, im Gegensatz zu den Besuchen bei Zeltfesten und dergleichen. Durch Marktforschungen versuchen die Medien und die Parteien festzustellen, wer wann gesehen, gelesen oder gehört hat. Genaue Analysen sind jedoch unmöglich. Daher ist es auch eine gewisse Kunst, für den jeweiligen Anlaß die richtige Inszenierung des Auftretens zu wählen. Es ist in der Politik heute nicht mehr möglich, öffentlich aufzutreten, ohne sich über mögliche Wirkungen und Folgen des Auftretens bzw. der Inszenierung des Auftretens Gedanken zu machen. Je komplexer und dynamischer die gesellschaftliche Realität wird und je mehr die Fähigkeit zur politischen Steuerung abnimmt, umso intensiver ergreift die politische Elite die „Flucht in den telegenen Inszenierungszauber.“ [4]

Medien und Macht

Die politischen und medialen Systeme gehen im Falle der Inszenierung von Politik schon beinahe eine Symbiose ein. Der Politikwissenschaftler Ulrich Sarcinelli versteht unter „politisch-medialer Symbiose“ [5] sowohl die intensive Interaktion zwischen politischen Akteuren und Akteurinnen als auch ein enges wechselseitiges Abhängigkeitsverhältnis zwischen Politik und Medien. Publizität wird im Austausch gegen Information geboten, Raum für politische Inszenierung als Gegenleistung für Exklusivität. Für die einen bringt es die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und eventuell die Vermittlung von ein paar politischen Inhalten, für die anderen

die Steigerung der Reichweite bzw. der Einschaltquoten. Die einen versuchen durch die Inszenierung ihrer selbst und der Politik, Macht zu erlangen oder aufrechtzuerhalten, die anderen suchen die inszenierte Macht kommerziell zu nutzen. Problematisch wird es allerdings, wenn die Grenzen zwischen dem journalistischen und dem politischen Bereich allzu sehr verschwimmen. Also wenn Parteiberichterstattung als journalistisch objektiv getarnt und verkauft wird, wenn Journalisten und Journalistinnen Wahlwerbung machen, wobei deren Attribut „macht objektive Nachrichten“ genutzt wird, oder wenn diese gar für Parteien kandidieren. Am deutlichsten wird die politische Einflusnahme auf den Journalismus wohl im ORF. Dort geben sich die Akteure und Akteurinnen beider Lager täglich die Türschnalle in die Hand. Politischer Einfluß auf die journalistische Arbeit ist — überspitzt formuliert — bereits im Rundfunkgesetz festgelegt. Im schlimmsten Fall kommt es sogar zu einer Verschmelzung politischer und medialer Machtzentren, wie dies nach Silvio Berlusconi Wahlsieg in Italien 1994 der Fall war.

Genauso wie Politikvermittlung und politische Kommunikation nicht nur Mittel der Politik sind, sind auch die Massenmedien nicht einfach nur ein Medium, in dem und über das Politik dargestellt wird. Politikvermittlung, politische Kommunikation, Massenmedien sind selbst politische Faktoren, die Einfluß auf die Gestaltung von Politik nehmen.

Inszenierung von Politik sowie die Symbolisierung von Politik scheinen immer mehr zum Substitut für Politik zu werden. In der Darstellung von Politik, von politischen Prozessen und Entscheidungen treten die Inhalte und Ereignisse zunehmend in den Hintergrund. Wichtig ist die Inszenierung, die Präsentation. Je mehr Tam-Tam gemacht, je aufwendiger die Inszenierung, je multimedialer und moderner die Inszenierung, desto größer die Aufmerksamkeit, die erregt wird. Politische Inszenierungen sind somit auch ein „kollektives Ausdrucksmuster“ [6] politischer Kulturen.

Der Begriff „Inszenierung“ kommt nicht umsonst aus der Welt des Theaters. Es ist nur logisch, daß für politische Insze-

nierungen die Erfahrungen aus Theater und Film, Radio und Fernsehen genutzt werden. Der Begriff der „politischen Inszenierung“ wurde in der wissenschaftlichen Forschung zunächst nur für die Beschreibung der Regie des öffentlichen Lebens in totalitären Systemen verwendet. „Politische Inszenierung“ bezeichnete die Techniken und Maßnahmen, die von Gewaltregimen und totalitären Herrschaftssystemen angewendet wurden, den Massenlenkungen und Repressalien einen schönen Anstrich zu verleihen. Mittlerweile wird der Begriff auch für die Darstellung und Vermittlung von Politik in demokratischen Systemen verwendet. Der Unterschied zu totalitären Systemen ist dabei, das Gegeninszenierungen möglich sind.

Inszenierte Demokratie

Für die Inszenierung von Macht und Politik gibt es unzählige historische und aktuelle Beispiele. Im 18. Jahrhundert kam es mit der Entwicklung einer bürgerlichen Öffentlichkeit zu einer Vervielfältigung der Möglichkeiten politischer Inszenierung. Für einen weiteren Schub sorgte im 20. Jahrhundert die rasante technische Weiterentwicklung der Medien, wobei im selben Ausmaß für immer mehr Menschen möglich wurde, diese auch zu nutzen. Diese Entwicklung ist noch lange nicht abgeschlossen. Das politische Marketing über das Internet, das derzeit noch in den Kinderschuhen steckt, wird demnächst genauso selbstverständlich sein wie die Inserate in Print- und elektronischen Medien.

Zu den imposantesten Beispielen politischer Inszenierungen zählen die Propagandamaßnahmen des Nationalsozialismus und der Sowjetunion. Politische Inszenierungen wurden in beiden Systemen — ungeachtet aller ansonsten nicht zu vernachlässigender Unterschiede — in den verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen gezielt zur Manipulation der Bevölkerung eingesetzt. Anders lautende Meinungen wurden massivst unterdrückt und bekämpft. Die politischen Inszenierungen waren ein Instrument zur Herstellung der widerspruchlosen Akklamation.

Auch demokratische Systeme benötigen Zustimmung. Im Gegensatz zu totalitären Herrschaftssystemen müssen die

Akteure und Akteurinnen ihr Handeln begründen. Politische Inszenierungen werden in der Demokratie nicht nur zur Darstellung von Politik, sondern auch zu ihrer Rechtfertigung eingesetzt. Die Inszenierung von Politik dient zur Legitimierung und Aufrechterhaltung des Systems, der Legitimierung der Ausgaben für das Funktionieren des Systems. Heutzutage lebt die Politik von der Symbolisierung, Verbildlichung und Visibilisierung von komplizierten Entscheidungsprozessen und alltäglichen, aber notwendigen Verfahrensabläufen.

Das bedeutet allerdings nicht, daß in demokratischen Gesellschaften alle Vorgänge durch die Omnipräsenz der Medien transparent sind. Birgit Sauer meint, daß „politische Öffentlichkeit auch in westlichen Demokratien nicht mit Geheimnislosigkeit oder völliger Transparenz gleichzusetzen ist, sie ist vielmehr durch eine spezifische Mischung von Visualisierung und Invisibilisierung, durch die Art der Mobilisierung von 'Visibilitätsreserven' gekennzeichnet.“ [7] Politische Inszenierungen besitzen in diesem Sinn einen doppelten Charakter. So wie sie System stabilisierend oder System stürzend eingesetzt werden können, können sie der Sichtbarmachung oder dem Verbergen von politischen Aktivitäten dienen. Der Begriff „Visualisierung“ meint die strategische Notwendigkeit, politische Macht sichtbar zu machen, „Invisibilisierung“ demnach das Gegenteil, das Verbergen. „Politische Inszenierungen sind Visualisierungen und Invisibilisierungen von Macht“, [8] bringt Birgit Sauer es auf den Punkt.

Politische Inszenierungen sind demnach Machttechniken zur Durchsetzung von politischen Interessen. Außerdem prägen sie die Vorstellung und Wahrnehmung des Publikums von Politik. Die politischen Inszenierungen werden immer umfassender und vielseitiger, sie bleiben nicht allein auf den politischen Bereich beschränkt. Wahlveranstaltungen, klassische politische Werbung und Nachrichtensendungen reichen nicht mehr aus, um Politik zu vermitteln. Politik steht in Konkurrenz zu anderen Bereichen des alltäglichen Lebens. Erscheint Politik nicht attraktiv genug, wird sie zunehmend uninteressant. Deshalb versuchen die Öffentlichkeits-

abteilungen der Parteien auch, neue Trends und Techniken in die politische Werbung und Politikvermittlung einzubauen. Und sie versuchen, andere Bereiche zu erschließen. Um auch die Menschen zu erreichen, die sich weniger für Politik interessieren, werden Auftritte in der Unterhaltung, Sport und Kultur forciert. Bei großen Kultur- und Sportereignissen sind die vorderen Reihen und VIP-Logen mit politischen Akteuren und Akteurinnen besetzt.

Auch die TV-Konfrontationen sind zum Teil in die Unterhaltungssparte einzureihen. Obwohl sie eigentlich dem Bereich politischer Information zugehörig sind, sind in ihnen Elemente etwa von Talkshows zu finden. Die Kontrahenten und Kontrahentinnen stürzen sich auf die peinlichen Skandale von Angehörigen anderer Parteien und sparen nicht mit unterschwelligem Angriffen. Das Publikum wartet geradezu auf solche Situationen. Deswegen zählen die TV-Konfrontationen mit Jörg Haider zu den publikumswirksamsten, da er sich für persönliche Angriffe nie zu schade ist. Dies gehört ja gerade zum freizeithlichen Diskussionsstil. Rein sachliche Diskussionen erregen viel weniger Aufmerksamkeit.

Besonders anschaulich macht das das Statement eines jungen Mannes, der vom *ORF* zu seiner Art der Entscheidungsfindung befragt wurde. Er antwortete sinngemäß, daß ihn Politik an und für sich nicht interessiere, die TV Konfrontationen schaue er sich hingegen sehr gerne mit seinen Freunden an. Da gehe es rund, da würden die Fetzen fliegen. Wer ihm nach den TV-Konfrontationen am besten gefalle, den oder die würde er dann auch wählen.

Die Darstellung und Inszenierung von Politik hat sich über die Jahrhunderte hinweg grundlegend verändert. Diese Entwicklung ist noch lange nicht abgeschlossen. Die Einbeziehung aller möglichen Medien steckt vor allem in Österreich noch in den Kinderschuhen. Politik wird einerseits in einem Medium vermehrt über mehrere Bereiche (Information, Unterhaltung, Sport, Kultur etc.) gestreut und andererseits multimedial inszeniert werden.

[1] Die folgenden Ausführungen wurden auf der Basis des Sammelbandes von Sabine R. Arnold, Christian Fuhrmeister,

Dietmar Schiller (Hg.): Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert. Zur Sinnlichkeit der Macht. Wien / Köln / Weimar 1998, niedergeschrieben.

[2] *Thomas Macho: Das prominente Gesicht. Notizen zur Politisierung der Sichtbarkeit, in: Arnold et al., S. 176*

[3] *ebda.*

[4] *Sigrid Baringhorst: Politik des Überlebens — Symbolische Strategien zur Rettung der Umwelt, in: Arnold et al., S. 158*

[5] *Ulrich Sarcinelli: Politische Inszenierung im Kontext des aktuellen Politikvermittlungsgeschäftes, in: Arnold et al., S. 152*

[6] *Sabine R. Arnold, Christian Fuhrmeister, Dietmar Schiller: Hüllen und Masken der Politik. Ein Aufriß, in: Arnold et al., S. 10*

[7] *Birgit Sauer: Politische Leiblichkeit und die Visualisierung von Macht. Der 40. Jahrestag der DDR, in: Arnold et al., S. 124*

[8] *ebda.*

Markus Pinter: Redaktionsmitglied von **Context XXI** von März 1999 bis Juni 2002, Mitarbeiter der Initiative *FairPlay* am *Wiener Institut für Internationalen Dialog und Zusammenarbeit (VIDC)*.

Lizenz dieses Beitrags
Copyright

© Copyright liegt beim Autor / bei der Autorin des Artikels