

könnten und müssten. Möglicherweise sind auch bestimmte Regionen, wie etwa in Mitteldeutschland der Raum Halle / Jena / Weimar zu berücksichtigen und relevant, da sich dort signifikante Startkulturen für das Nachrichtenparadigma auffinden lassen. Zudem gehen nicht alle Beiträge – wie angemerkt – systematisch und umfassend auf die fünf Elemente des Nachrichten-Paradigmas ein. Möglicherweise hätte das aber den Rahmen und die Möglichkeit einzelner Beiträge dieses Sammelbandes gesprengt. Zumal die historischen Entwicklungen in den angelsächsischen Ländern, in Deutschland sowie in Osteuropa zum Teil außerordentlich ungleichzeitig verlaufen.

Georg Ruhrmann

**Ulrich Saxer**

### **Politik als Unterhaltung**

Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft

Konstanz: UVK, 2007. – 345 S.

(Forschungsfeld Kommunikation; 20)

ISBN 978-3-89669-473-7

Dies ist mehr als ein Buch – es ist ein Werk. Statt nur erneut zu fordern, doch endlich einmal den Dingen auf den Grund zu gehen, legt Ulrich Saxer ein Denkmuster vor.

Auf Basis einer funktionalistischen Theorie sozialer Systeme entwickelt er ein umfassendes Modell politischer Öffentlichkeit, mit dem die grundlegenden Veränderungen der politischen Kommunikation erfasst und erklärt werden können. Ausgangspunkt ist ein zentrales Moment gesellschaftlicher Evolution – die Ausdifferenzierung des Mediensystems. Es löst sich aus der engen Verklammerung mit der Politik und orientiert sich stärker an einer ökonomischen Logik. Dadurch dynamisiert sich seine Entwicklung. Technische und organisatorische Innovationen ermöglichen ihm Leistungssteigerungen, die zu einer umfassenden und tiefgreifenden Durchdringung gesellschaftlicher Kommunikation führen – zur Medialisierung der Gesellschaft und damit zur Herausbildung einer Mediengesellschaft. Komplementär dazu wandelt sich das politische System. Seine Funktion, bindende Entscheidungen zu setzen und durchzusetzen, ist in mehrerer Hinsicht problematisch geworden. Auf der Mikroebene führt die Individualisierung zu einem

Mentalitätswandel: Schwindenden politischen Loyalitäten stehen wachsende und divergierende Erwartungen an die Fähigkeit der Politik gegenüber, Probleme rasch und reibungslos zu lösen. Auf der Mesoebene verstärkt sich die Konkurrenz gesellschaftlicher Interessen und ihrer politischer Organisationen um Einfluss auf die Entscheidungen. Und auf der Makroebene gewinnen die Überschneidungszonen der Politik mit anderen sozialen Systemen an Gewicht – wie mit dem Wirtschafts- oder dem Mediensystem. Die Systeme sind verstärkt auf die Leistungen der jeweils anderen angewiesen. Die konfliktgeladene Verknüpfung von politischem und Mediensystem in Form der Mediendemokratie lässt sich am Wandel der Öffentlichkeit ablesen. In demokratischen Staaten ist die Legitimität bindender Entscheidungen an eine möglichst weit gehende öffentliche Sichtbarkeit des Entscheidungsprozesses und an die Responsivität gegenüber der öffentlichen Meinung gebunden. Doch Form und Inhalt öffentlicher Kommunikation sind in einer Mediengesellschaft nicht mehr einfach politisch instrumentalisierbar oder dominierbar – da kann auch Medienpolitik nur noch begrenzt helfen. Öffentliche Aufmerksamkeit ist eine knappe Ressource, die fast alle brauchen und um die sich fast alle streiten. Dadurch wird Öffentlichkeit umkämpfter, komplexer und volatiler. Politik muss ihren Platz in der Öffentlichkeit gegen vieles andere durchsetzen und öffentliche Resonanz immer wieder neu erobern, auch dadurch, dass es sich den Bedingungen einer medial formatierten Öffentlichkeit unterwirft. Ein ebenso zentrales wie umstrittenes Moment öffentlicher Kommunikation ist Unterhaltung – einem individuellen und kollektiven „Spannungsmodulator“, der auch in politischer Kommunikation seinen Platz einnimmt. Und so versuchen politische Akteure, statt sich mit herkömmlichen Angeboten gegen Entertainment durchsetzen zu wollen, sich durch „Politainment“ öffentliche Resonanz und Akzeptanz zu verschaffen, z. B. durch „Eventpolitik“ oder durch eine Emotionalisierung politischer Themen. Diese Kommunikationsstrategie wird von manchen Akteuren mehr angewandt als von anderen und ist in manchen Politikfeldern eingeführt als in anderen, aber sie prägt insgesamt politische Kommunikation. Dies löst politische Probleme und schafft zugleich neue auf der Mikro-, Meso- und Makroebene der politischen Kom-

munikation. Mit Blick auf die Funktionen von Politik können die Konsequenzen als eu- oder dysfunktional eingeschätzt werden, z. B. im Hinblick auf die Integrationsleistung einer Politainment-Kommunikation oder im Hinblick auf das Verhältnis von Herstellung und Darstellung von Politik. Saxer kommt insgesamt zu einem ambivalenten Urteil.

Saxer stellt sich mit seinem Werk in die Tradition des „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ von Jürgen Habermas, aber anders als Kurt Imhof hält er nicht an dessen Diskursivitätspostulat für Öffentlichkeit fest. Er plädiert für eine „realitätsgerechte Öffentlichkeitstheorie“, die unterschiedliche Formen von Rationalität akzeptiert und die den Wandel fokussiert, ihn aber nicht als Abweichung von einem Ideal begreift. Den Treiber des Wandels sieht er in der Unterhaltung, dem „Index und Agens“ mediengesellschaftlichen Wandels.

Nicht alles an diesem Gedankengang ist in gleicher Weise überzeugend. Eine empirische Überprüfung wird z. B. vermutlich zeigen, dass Politainment nur eine von mehreren Kommunikationsstrategien der politischen Akteure ist, mit denen sie die Herausforderungen der Me-

dialisierung zu beantworten versuchen. Und ist es analytisch belastbar, die Mediengesellschaft auf eine „Erlebnisgesellschaft“ zu reduzieren? Viel wichtiger als Detailkritik ist aber die Warnung, dass die eigentliche Leistung von Ulrich Saxer, das Denkmuster, unterzugehen droht in einer erschlagenden Fülle von Argumenten, Verweisen und Befunden. Der Leser fühlt sich ab und an wie in einem Labyrinth: Mal argwöhnt er, dass er da, wo er jetzt ist, schon einmal gewesen war, mal verliert er die Hoffnung, dass er je wieder hinauskommt. Das verringert die Wahrscheinlichkeit von Anschlusskommunikation, und das wäre jammerschade, denn wenn man das Werk aus einer Vogelperspektive betrachtet, sieht man das Gerüst einer Theorie der Mediengesellschaft – sorgfältig dimensioniert in zeitlicher, sachlicher und sozialer Hinsicht. Darum schlägt der Rezensent dem Autor vor, diesen Grundriss noch einmal in einem Essay zu bündeln. Und der muss auch nicht amüsan sein, um Wirkung zu erzielen, sondern überzeugend und anschlussfähig, aber er muss die temporalen Zwänge einer mediatisierten Wissenschaft im Auge behalten.

Gerhard Vowe



## Medien in der Europäischen Gemeinschaft

Herausgegeben von Prof. Dr. Dieter Dörr, Universität Mainz und Prof. Dr. Dr. h. c. Peter-Christian Müller-Graff, Universität Heidelberg

2007, 157 S., brosch., 29,- €,

ISBN 978-3-8329-3128-5

(Schriftenreihe des Arbeitskreises Europäische Integration e.V., Bd. 59)



**Nomos**