

POLITIKVERMITTLUNG IN DEN MASSEN MEDIEN

Thomas Meyer

Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien

es 2204 / 2001

MASSEN MEDIEN

**betriebswirtschaftliche Rationalität:
größtmöglicher Marktanteil (*Quote*)**

**Konkurrenz der einzelnen Massenmedien:
Orientierung der Produktion an
Kriterien der *Nachfrage***

**entsprechende *Selektionsmechanismen* / Filtersysteme
von der Nachrichtenagentur bis zur Endredaktion**

***repetitive* und *kumulative* Wirkung
der Selektoren**

MASSEN MEDIEN

Spannungsverhältnis zwischen Politik und Auswahlkriterien der Medien:

„Entgegen dem populistischen Vorurteil ist – außer in plötzlich auftretenden Notsituationen – allein eine *lange Zeitdauer* dem Politischen angemessen, da es dabei um Vorgänge der Artikulation, Vermittlung, Verständigung, des Lernens, der Transformation und der Integration ursprünglich disparater Positionen geht, bei denen gerade nicht die technische Lösung sachlich definierter Problemlagen, sondern eine kollektive Praxis den Handlungszweck bestimmt.“

MASSEN MEDIEN

Spannungsverhältnis zwischen Politik und Auswahlkriterien der Medien:

Gegenüber der langen Zeitdauer des Politischen
tendiert die *mediale Produktionszeit*
gegen Null:

technisch:

Die ständig
perfektierte Technik
macht *Echtzeitproduktionen*
mit sofortiger weltweiter
Verteilung zum Normalfall.

ökonomisch:

Die Nachricht von einem
aktuellen Ereignis verliert
ihren Tauschwert, wenn sie
in den *Konkurrenzmedien*
schon längst vermittelt wurde.

MASSEN MEDIEN

**Extremes Spannungsverhältnis zwischen
Politik und Auswahlkriterien der Medien:**

**Selektionskriterium
für das, was wichtig und berichtenswert erscheint:**

Aufmerksamkeitswert



**Steuerung des Aufmerksamkeitswerts
durch den so gen.**

NACHRICHTENWERT

Johan Galtung / Winfried Schulz:

Nachrichtenfaktoren,

die den Nachrichtenwert erhöhen: →

NACHRICHTENFAKTOREN

- ***Ereignishaftigkeit* der politischen Sachverhalte**
 - ***kurze Dauer* des Geschehens**
 - ***abgeschlossene Episode***
- **räumliche, kulturelle, politische *Nähe* zum Betrachter**
 - ***bereits eingeführte, bekannte Themen***
 - ***Konflikthaftigkeit* des Ereignisses:
besonderer Schaden/Erfolg/Leistung**
 - ***Personalisierung* der Ereignisse:**
 - a) ***Einzelperson*** b) ***Prominenz***

PRÄSENTATIONSFORMEN / MEDIALE INSZENIERUNG

- **Personifikation / personality story**
 - **mythischer Heldenkonflikt**
 - **Drama (tragisch)**
 - **archetypische Erzählung**
 - **Wortgefecht**
 - **Sozialrollendrama**
 - **symbolhafte Handlung**
 - **Unterhaltungsartistik**
 - **sozialintegratives Ritual**

PRÄSENTATIONSFORMEN / MEDIALE INSZENIERUNG

Zwei Möglichkeiten:

Das Politische wird
aufgenommen,
ästhetisch transformiert
und
informativ/argumentativ
zur Geltung gebracht.

Die Inszenierungsform
bleibt
politisch inhaltlos,
ist lediglich
medialer Leerlauf.

MASSENMEDIEN

**„Infotainment
kann
eine vorzügliche Art der Politikvermittlung sein,
nämlich dann,
wenn sie ihre Chance der Erreichung
eines großen und dispersen Publikums
nicht lediglich zur Unterhaltung,
sondern zur angemessenen Information
über die verhandelten Sachverhalte nutzt.“**

Th. Meyer, Mediokratie, S. 55 f.

MASSENMEDIEN

**„Diese Chance wird in der
täglichen Praxis der Politikvermittlung
im Fernsehen
und einem Teil der Printmedien
selten genutzt.“**

Th. Meyer, Mediokratie, S. 56
im Anschluss an ein interdisziplinäres *Dortmunder Forschungsprojekt 1994-1998*