

hammelsprung

magazin für politische entscheidungen
ausgabe 08 / frühjahr 2014
www.hammelsprung.net

politik und medien – gefährliche nähe oder notwendige distanz?



u.a. mit
Prof. Dr. Christoph Bieber
Klaus Kamps
Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte

meinungsbilder oder meinungs-bilder?

~~So war vor allem das politische Geschick des neuen Intendanten im Umgang mit der eigenen Belegschaft gefragt, doch Buhrow hat auch gegenüber dem Publikum im Sendegebiet vertrauensbildende Maßnahmen ergriffen. Im Rahmen des live im TV übertragenen „WDR-Check“ hatte sich der Intendant im Oktober in einer Art „Town Hall Meeting“ den Zuschauerfragen zu Programm, Perspektiven und Problemen seiner Sendeanstalt gestellt. Die Aufzeichnung fand in jenem Studio statt, das in einem ganz ähnlichen Setting auch für die „Wahlarena“-Auftritte von Angela Merkel und Peer Steinbrück genutzt worden war. Der Umgang des Senderchefs mit den Zuschauervertretern ähnelte dann auch nicht zufällig dem „Kümmererstil“, der prägend für den 2013er Bundestagswahlkampf gewesen ist. Tom Buhrow inszenierte sich als volksnaher, aufgeschlossener, zuhörender Medienmanager – inwiefern die Anregungen und Hinweise der Studiogäste tatsächlich auf die Arbeit im Sender zurückwirken, muss die Zukunft erst noch zeigen.~~

~~Deutlich erkennbar fügt sich ein solches Format jedoch gut in die veränderte Beziehungswelt zwischen Sender und Publikum ein: mit dem „Intendanten zum Anfassen“ haben die Zuschauer ein neues Gegenüber kennengelernt, der zumindest auf der Vorderbühne für ein Feedback offen ist. In dieser Kommunikationsbeziehung ähnelt das Format ein wenig den „Audience Councils“ der BBC, denn auch hier geht es ja um eine Rückmeldung der Mediennutzer in Richtung der Programmanbieter. Als Auftakt in die neue Phase der Rundfunkfinanzierung erscheint das öffentlichkeitswirksame, von anderen Medien auch jenseits des TV-Bildschirms wahrgenommene Publikumsgespräch sehr geeignet. Als Live-Sendung funktionierte der „WDR-Check“ allerdings nur teilweise, denn das eingangs sehr produktive Format verwandelte sich mit zunehmender Sendedauer in einen seichten Unterhaltungs-Mix mit bekannten Vertretern aus dem Portfolio der Anstalt. Die größeren Potenziale für die Verarbeitung eines Feedbacks liegen sicher in den nicht auf dem Bildschirm platzierten Gesprächskreisen mit ausgewählten Zuschauergruppen – die Organisation von echten „Zuschauerräten“ könnte hier eine sinnvolle Perspektive für neue Formen der Publikumsbeteiligung darstellen. Als größter Einzelsender des ARD-Universums ist der WDR sicherlich kein schlechter Ort für derartige Experimente, die komplexe Gremienkultur der ARD kann solche Impulse an eine sich wandelnde Medienlandschaft weitergeben.~~ ■

Das ZDF hat sie, die ARD hat sie sowieso und ja auch Pro7 hat einen: Polit-Talks. Bei einem Blick in die Fernsehzeitschrift bestimmen sie das Bild des Spätprogramms. Egal ob Illner, Jauch oder Raab, die Chance auf eine dieser Sendungen zu stoßen ist mittlerweile als sehr wahrscheinlich einzuschätzen. Doch was geben uns diese Talks? Sind es wirklich die entscheidenden politischen Neuigkeiten die dem Zuschauer präsentiert werden? Oder ist es im Endeffekt nur die aufgewärmte Kost der letzten politischen Ereignisse, eine Bühne für Hinterbänkler die auch einmal in den Vordergrund stoßen möchten? Sicherlich ist es von all dem etwas, gepaart mit dem Anspruch das Publikum politisch zu bilden. Wie viel politische und demokratische Meinungsbildung aber wirklich durch dieses Medium bewirkt wird ist nicht erwiesen. Gleichzeitig muss die Frage gestellt werden, inwieweit sich Politik und Medien an diesem Punkt gegenseitig beeinflussen beziehungsweise bestimmen. Auch hierzu gibt es immer wieder verschiedene Meinungen, doch ganz grundsätzlich kann vom Biotop-Modell ausgegangen werden, welches besagt, dass es eine starke wechselseitige Abhängigkeit zwischen Politik und Medien gibt. Diese Interdependenz ist insbesondere beim Thema Polit-Talks offensichtlich. Die Medien bieten der Politik die Plattform, die sie braucht. Eine Plattform ohne die Politik in der heutigen Zeit nicht mehr funktionieren würde. Denn Meinungsbildung funktioniert nur durch Präsenz und der Wähler lässt sich meist lieber von den Medien berieseln, als vor der

anstehenden Wahl alle Wahlprogramme freiwillig zu konsumiert. Apropos Wahlen: Insbesondere im Vorlauf dieser politischen Großereignisse bringen die Sender immer neue Formate und Diskussionsrunden, die als Meinungsbildung zu bewerten sind, denn sie bieten neue Potentiale und Chancen, die allerdings auch von den Sendern erkannt und genutzt werden müssen. Liegt hier nicht die Chance der immer stärker verbreiteten Politikverdrossenheit entgegen zu wirken? Der Polit-Talk bei den kommerziellen Anbietern steckt noch in den Kinderschuhen. Politische Meinungsbildung fand hier bisher nur in so geringem Maße statt, dass von einer Potentialverschwendung gesprochen werden kann. Gerade die privaten Sender sprechen eine Zielgruppe an, die für die Politik von großer Bedeutung ist. Die jungen Wähler sind diejenigen, die für die Politik am schwierigsten greifbar sind. Demgegenüber stehen die öffentlich-rechtlichen Sender, die für eine umfangreiche Berichterstattung bekannt sind, aber diese mit Blick auf die Generierung neuer Zielgruppen entstauben und revolutionieren müssen. Der Wähler von heute will eingebunden werden, mit der großen Politik in Kontakt kommen und seine Meinung präsentieren. Auf die perfekte Mischung kommt es an, um die demokratische Meinungsbildung im Polit-Talk auf ein neues und erfolgreiches Fundament zu stellen und dem Zuschauer und Wähler das zu bieten was er anfordert. Die Mischung aus Unterhaltung und Meinungsbildung. ■

drei fragen an ... dunja hayali*

medialen Politikvermittlung nicht auf. Medienethik operiert dabei mit impliziten oder expliziten normativen ‚Standards‘, deren Haltbarkeitsdauer häufig der einer Eintagsfliege entspricht. Durch die große Reichweite gewinnen die von den Medien festgesteckten Moralstandards immer stärker an Bedeutung. Normative Definitionsmacht ist somit stets auch ein soziales Steuerungsinstrument und ermöglicht eine gewisse Kontrolle der gesellschaftlichen Debatte. Argumentationslinien werden diskursivisch geformt und mit Werten und Normen unterfüttert. Die skandalfixierte Logik der Massenmedien und deren moralische Flexibilität lassen jedoch ursprünglich keine normativen Universalien zu. Moralische Prinzipien wie Menschenwürde, Minderheitenschutz, Freiheit oder auch die ‚goldene Regel der Sittlichkeit‘ werden im Sinne der Auflagen- und Quotensteigerung gebogen und verformt und verkommen häufig zu polemischen, beschränkten Wertmustern, die dank des Labels ‚moralisch richtig oder falsch‘ Aufmerksamkeit erregen und das Publikum aufheizen sollen. Medien tendieren somit strukturell zur Sensation und gebrauchen insofern regelmäßig Moral als normative Aufmerksamkeitscatcher. Ob nun die massenmediale Nutzung und Verbreitung moralischer Werte und Narrationen gesellschaftlich sinnvoll oder wünschenswert ist, bleibt fraglich – unbestritten ist jedoch, dass Medien in modernen Demokratien unweigerlich zu moralischen Instanzen werden. Allein aus ökonomischem Interesse geben sie sich alle erdenkliche Mühe, die eigenen normativen Standards ihrer Zielgruppe anzupassen.

Medien als Abbild der Gesellschaft

Bereits die breit gefächerte Aufbereitung moralischer Themen und Affären in den verschiedenen Medien spiegelt die unterschiedlichen Wertevorstellungen in der Gesellschaft wider. Witterte die BILD-Zeitung zu Beginn der Gutenberg-Affäre eine außerordentliche Auflagensteigerung, stellte sie sich danach kompromisslos hinter ihren geächteten Schützling. Auch im Falle des ehemaligen Bundespräsidenten Wulff war die Medienlandschaft zwiegespalten: War Wulff der geringen Wertschätzung und gar Hohn und Spott aus dem eher bürgerlichen Lager ausgesetzt, wurde dieser Shitstorm von anderen Presse- und Funkorganen als Hetzjagd und aufgebauchte Skandalisierung seitens der intellektuellen Elite verstanden. Normative Entrüstungs- und Beruhigungsdiskurse standen sich diametral gegenüber. Moralische Normen werden demnach häufig von den Medien aufgegriffen und genutzt, jedoch nicht selbst produziert.

Massenmedial vermittelte moralische Diskurse sind ein demonstratives Abbild gesellschaftlicher Standards und Normen. Massenmedien können die Funktion eines moralischen Regulativs einnehmen. Jedoch ist Moral ein gesellschaftliches Phänomen, das nicht von oben herab verordnet werden kann, sondern sich durch die Gesellschaft selbst repliziert. Sie ist veränderbar, gibt kein strenges Korsett an richtigen und falschen Antworten vor, die universell gültig sind. Die Fähigkeiten der Medien, moralische Fragen laut zu artikulieren, Wertestandards anzulegen und Verhalten zu beurteilen, sind somit nicht zu unterschätzen – die Angst vor einer moralischen Diktatur der Massenmedien bleibt jedoch unbegründet. ■

Frau Hayali, das frühe Aufstehen gehört für Sie beim mo:ma zum Tagesgeschäft. Politische Themen sind bei Ihnen bereits ab 5.30 Uhr auf der Agenda – wie reizvoll und interessant ist es, wenn PolitikerInnen das erste Interview/Statement des Tages bei Ihnen live im mo:ma abgeben?

Ich finde es interessant eine Sendung zu moderieren, die den Zuschauer in den Tag oder aus dem Tag heraus begleitet. Für den Politiker ist es reizvoll zu uns zu kommen, um ein Thema zu setzen bzw. mit seinem Interview das Thema in eine Richtung zu bewegen. Das dürfte seine Motivation sein, so früh auf zu stehen :-). Unsere ist es, das Bestmögliche für den Zuschauer heraus zu holen.

Die politische Berichterstattung ist so ein wesentlicher Teil Ihrer Arbeit. Welche Aufgabe erfüllen die Medien Ihrer Meinung nach mit der politischen Berichterstattung? Reine Information oder doch eine gezielte Meinungsbildung?

Das eine schließt das andere nicht aus – je nachdem, wie Sie „Meinungsbildung“ interpretieren. Mein Ziel ist es, dass sich der Zuschauer bei uns informiert, um sich dann anschließend eine Meinung bilden zu können. Es geht um Erkenntnisge-

winn, Einordnung, Differenzierung und manchmal auch, wenn sie ein Magazin oder ein Talkformat nehmen, um Infotainment – allerdings wünschenswerter Weise auf gehaltvollem Niveau. Der Moderator hat die Distanz zu wahren, es geht nicht um ihn, es geht um die Sache. Aber eines ist auch klar: manchmal nimmt ein Moderator die Gegenposition zu der des Gesprächspartners ein, um ihn zu fordern – nur das sollte dann deutlich erkennbar sein

Information und Meinungsbildung ist nicht überall so gewollt wie in Deutschland. In anderen Staaten ist es üblich, dass die Medien durch die Politik dirigiert werden. In Deutschland gab es in den letzten Jahren immer wieder Schlagzeilen über Beeinflussungsversuche seitens der Politik. Gibt es Ihrer Meinung nach eine Politisierung der Medien oder handelt es sich eher um eine wechselseitige Abhängigkeit?

Ich kann hier nur für mich sprechen und ich kann Ihnen versichern, dass ich mich nicht abhängig fühle und auch nicht abhängig bin. Natürlich wird an der einen oder anderen Stelle versucht, Einfluss zu nehmen – von wem auch immer. Für einen Journalisten gilt aber nun mal die Neutralität und Distanz zu wahren. Wer diese Prinzipien nicht in seinem Wertekanon

wiederfindet, ist, was eine Nachrichtensendung oder ein Nachrichtenmagazin angeht, fehl am Platz. Das heißt aber nicht, dass man nach einem Interview nicht wieder die Waffe des Wortes einpacken und in aller Freundlichkeit ein Getränk mit Person XY zu sich nehmen kann.

Die Fragen stellte Carina Burek. ■



***Dunja Hayali** ist seit 2007 Moderatorin des ZDF-Morgenmagazins. Nach dem Studium mit Schwerpunkt Medien- und Kommunikationswissenschaften an der Sporthochschule in Köln und ihrer Arbeit als Sport-Moderatorin bei „Deutsche Welle Radio“, war sie bis 2010 als Co-Moderatorin im ZDF heute-journal zu sehen.

Foto: Manuel Krug

von der nrw school ins ministerium

Moritz, Du bist persönlicher Referent der Bundesministerin für Bildung und Forschung – was sind deine Aufgaben?

Als Persönlicher Referent bin ich Teil des Ministerbüros. Unsere Aufgabe ist es, der Ministerin in der täglichen Arbeit den Rücken frei zu halten. Das beginnt bei der Vorbereitung von Terminen, über die inhaltliche Abstimmung und Aufbereitung von Themen des Hauses, bis hin zur Korrespondenz der Ministerin.

Wie bist du zu deinem Job gekommen?

Nach meiner Promotion an der NRW School bin ich in das Düsseldorfer Innovationsministerium gewechselt. Dort habe ich erfahren, wie spannend Wissenschaftspolitik sein kann. Nach zwei Jahren im Forschungszentrum Jülich arbeite ich nun seit 2012 im Bundesministerium für Bildung und Forschung. Zu meinen Aufgaben als Pressereferent gehörte es dann zum Beispiel Pressekonferenzen zu organisieren, Anfragen mit der Ministerin abzustimmen, oder sie zu Interviews zu begleiten. Darüber hat sich eine enge Zusammenarbeit mit dem Ministerbüro und meinem Vorgänger als Persönlicher Referent entwickelt. Als dieser dann den Job gewechselt hat, hat mich die Ministerin gefragt, ob ich die Funktion übernehmen will.

Inwieweit kannst Du bei Deiner Arbeit von Inhalten Deines Studiums profitieren?

Ich habe schon sehr früh während des Studiums versucht, mich auf den Bereich der Politikvermittlung zu spezialisieren – durch Seminare, Praktika oder die Mitarbeit in Forschungsprojekten. Das kommt mir jetzt zu Gute. Mir hat es auch sehr genutzt, an der NRW School einen engen Kontakt zu den Dozenten, Mitarbeitern und Kommilitonen zu haben. Dieses Netzwerk ist noch heute sehr aktiv und in vielen Situationen eine Entscheidungshilfe.

Politik und Medien – das ist das Thema der aktuellen Ausgabe des hamelsprung. Was haben diese Sphären deiner Meinung nach miteinander zu tun?

Ich glaube, dass das Interdependenzmodell das Verhältnis am besten trifft: Beide Systeme agieren unabhängig voneinander, nach eigenen Handlungsrationitäten. Gleichzeitig bilden sie jedoch Schnittmengen und sind auf die gegenseitigen Informationen angewiesen. Dieses Verhältnis ist aber nicht starr und in den Abhängigkeiten fest hierarchisiert, sondern prozesshaft wechselnd.

Dr. Moritz Ballensiefen, Absolvent der NRW School of Governance, im Gespräch über seine beruflichen Tätigkeiten nach dem Studium und die Arbeit als persönlicher Referent der Bundesministerin für Bildung und Forschung.

Die Fragen stellte Carina Burek

Stichwort: Politisierung der Medien. Gibt es diese wirklich oder findet deiner Meinung nach eher eine Medialisierung der Politik statt?

Mit dieser Frage beschäftige ich mich eigentlich schon seit der Diplomarbeit, daher fällt mir hier eine kurze Antwort schwer. Aber man kann schon beobachten, dass es innerhalb der politischen Kommunikation eine Verlagerung in die Medienarena gibt. Das hängt zum einen handwerklich mit der Professionalisierung der politischen Kommunikationsarbeit zusammen. Zum anderen am beschränkten Zugang zur Medienarena, der strengen Selektionsprozessen und Zugangskriterien folgt.

Inwiefern wird deine Arbeit von dem (Spannungs-)Verhältnis zwischen Politik und Medien tangiert?

Die Themenvielfalt in unserem Haus ist wahnsinnig groß und reicht von der Hochschulpolitik, über Gesundheitsforschung bis hin zur Elektromobilität. Gleichzeitig sind unsere Themen aber häufig Fachthemen, die für gängige Medienformate oft ein wenig sperrig sind. Das macht die Medienarbeit in unserem Feld noch etwas komplizierter – ab nicht weniger spannend.

Vor der Bundestagswahl warst Du Pressereferent im Bundesministerium für Bildung und Forschung. Seitens der Medien werden häufig Fragen gestellt, die nicht beantwortet werden können bzw. dürfen. Wie geht ein Pressereferent mit solch einer Situation um?

Das ist so nicht ganz richtig. Grundsätzlich gilt: wer eine Frage stellt, erhält auch eine Antwort. An drei Tagen in der Woche treffen in der Bundespressekonferenz die Sprecher der Ministerin auf die Hauptstadtjournalisten. Hier können alle Ministerien zu allen Themen befragt werden. In der Bundespressekonferenz kann man das Zusammenspiel und die Rituale zwischen Journalisten und den Sprechern sehr gut beobachten. Aber ehrlich: natürlich ist man als Pressereferent bei den ersten Malen in dieser Runde schon ziemlich aufgeregt und sollte die Themen und Positionen des Hauses gut vorbereitet haben.

Inwiefern hat sich dein Verhältnis zu den Medien in dieser Zeit verändert?

Verändert hat sich vor allem meine Mediennutzung. Rund um die Uhr werden neue Nachrichten produziert, da muss man sehr schnell entscheiden, welche Information wichtig und eilig ist – und

welche nicht. Denn der Zeitraum, um dann die Deutungshoheit über ein Thema zu bekommen und der Nachricht noch einen Spin zu geben, ist ziemlich klein. Ich ertappe mich auch im Privaten manchmal dabei, Nachrichten nach diesem Krisen-Muster zu bewerten. Spätestens dann ist es Zeit, das Handy auch mal auszumachen und zur Seite zu legen. ■

Dr. Moritz Ballensiefen studierte Politikwissenschaft und Psychologie an der Universität Duisburg-Essen und der University of Portsmouth, bevor er an der NRW School of Governance promovierte. Nach seiner Arbeit als Pressereferent im Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes NRW und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung in Berlin, ist er jetzt als persönlicher Referent der Ministerin für Bildung und Forschung tätig.

