

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 82 (2004)

Heft: 5

Artikel: Regieren in der Mediengesellschaft

Autor: Mai, Manfred

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-876870>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Regieren in der Mediengesellschaft

MANFRED MAI **Unsere Gesellschaft ist eine Mediengesellschaft. Politische Akteure und Institutionen sind der ständigen Beobachtung durch die Medien ausgesetzt. Nie zuvor in der Geschichte des Radios gab es so viele Sendungen, die sich auf die politische Berichterstattung konzentrieren.**

Im deutschsprachigen Raum findet seit Mitte der 90er-Jahre mit den Rundfunksendern Phoenix, N 24, n-tv und Bloomberg TV eine kontinuierliche Berichterstattung über Ereignisse aus der Politik statt, welche die anderen Vollprogramme der Sender ARD, SRG, ORF und ZDF ergänzen. Hinzu kommen CNN, Euronews und BBC sowie andere fremdsprachige Nachrichtensender, die über Kabel oder Satellit empfangbar sind. Mit der Digitalisierung des Radios und der Verbreitung des Internets dürfte diese Vielfalt künftig noch zunehmen. Wieder einmal, so scheint es, wird die Technik zu einem Schrittmacher für Politik und Gesellschaft.

In der Öffentlichkeit entsteht der Eindruck, dass die politische Meinungs- und Willensbildung nicht in den Parlamenten stattfindet, sondern in den Magazinen des Rundfunks.

Politik in «Echtzeit»

Die Pressefreiheit wurde seit den Freiheitsbewegungen im 19. Jahrhundert immer wieder gefordert, ebenso wie die Transparenz des Regierungshandelns. Viele kritische Publizisten und Schriftsteller mussten dafür mit Zensur und Verfolgung rechnen. Heute hört die Transparenz selbst vor der Intimsphäre von Politikern nicht auf, und die Meinungsfreiheit gehört zu den anerkannten Rechten.

Die kritischen Publizisten des 19. Jahrhunderts und ihre Erben konnten sich kaum vorstellen, dass die Menge an politischen Informationen, welche die Massenmedien und das Internet anbietet, eher zur Desorientierung als zur Orientierung beiträgt. Wenn Politik quasi in Echtzeit stattfindet, wenn jede Parlamentsdebatte live übertragen wird, wenn unmittelbar danach Stellungnahmen von Experten und Betroffenen folgen, die später durch Gesprächsrunden noch vertieft werden, ist dem normalen Bürger eine reflektierte Meinungsbildung zu konkreten politischen Themen



kaum möglich. Nutzniesser sind davon allenfalls Informationseliten oder Strategen der politischen Kommunikation. Eine Erhöhung der individuellen Medienkompetenz, die in der Informationsgesellschaft die Voraussetzung zur Politikkompetenz geworden ist, wird das Problem der Informationsüberflutung und -selektion kaum lösen.

Inszenierung von politischen Debatten

Die Unterscheidung von Wichtigem und Unwichtigem, von drängenden und weniger drängenden Problemen in der Politik ist bei dieser Informationsfülle kaum möglich. Das beeinflusst auch die politische Agenda in Parlament und Regierung: Längerfristig zu lösende und grundlegende Probleme werden zugunsten kurzfristiger Entscheidungsbedarfe, welche die Medien herbeireden, verdrängt. Durch das Internet wird dieses Phänomen noch beschleunigt. Die Öffentlichkeit erwartet zu jeder politischen Frage eine Antwort und zwar am besten in «Echtzeit». Politiker oder politische Institutionen, die nicht täglich ihre Websites aktualisieren, laufen Gefahr, als langsam und damit als nicht mehr zeitgemäß zu gelten, was mit Bedeutungsverlust bestraft wird.

Medienkompetenz hat aber noch eine andere Bedeutung als die Fähigkeit zum selbstbestimmten und kreativen Umgang mit Medien durch die Rezipienten. Medienkompetenz ist auch die Fähigkeit zur Inszenierung politischer Debatten und die Vermittlung von Inhalten durch politische Akteure. In einer Mediengesellschaft konkurrieren schliesslich auch politische Inhalte um das knappe Gut Aufmerksamkeit, das einzige, was in der Informationsgesellschaft wirklich knapp ist.

Infotainment – die Lösung?

Die politischen Akteure und Institutionen stehen damit vor der Frage, ob sie ihre Inhalte an die Funktionsweise der Medien – Personalisierung, Emotionalisierung, Verkürzung – anpassen wollen oder nicht. Wenn sie es nicht tun, besteht die Gefahr, dass die Nachricht zum falschen Zeitpunkt auf die falsche Zielgruppe in der falschen Form trifft. Im anderen Fall besteht die Gefahr, dass der politische Inhalt bis zur Unkenntlichkeit durch die Form verzerrt wird und nur noch aus konsensfähigen, aber nichts sagenden Worthülsen besteht. Politische Inhalte werden in der Mediengesellschaft fast nur noch wahrgenommen, wenn sie dieser Funktionsweise der Medien folgen und zugleich der Medienkompetenz der Bürger entsprechen. Die scheint am ehesten in einer Mischung aus politischen Inhalten mit Formen der Unterhaltung, dem so genannten «Infotainment», der Fall zu sein.

Dies als Kniefall der Politik vor den Medien zu kritisieren ist, wie es einige Medienkritiker tun, löst das Problem nicht. Man kann die Präsenz der Medien in unserer Gesellschaft nicht wesentlich zurücknehmen. Medienpolitik kann zwar gewisse Strukturen beeinflussen, ob die private oder die öffentlich-rechtliche Säule der Massenmedien gestärkt wird oder ob die Fusion von Zeitungsverlagen erlaubt wird oder nicht. Ein Ausstieg aus der Mediengesellschaft ist gleichwohl nicht möglich. Sie ist eine Bedingung der Moderne, auf die sich die Politik einstellen muss.

Qualität und Quantität der medialen Dauerbeobachtung haben nicht nur die Art der politischen Meinungsbildung und die Art, wie politische Inhalte vermittelt werden, verändert, sondern auch die politischen Institutionen selbst. Dies zeigt sich besonders am Parlament. Sein Machtverlust gegenüber der Exekutive hat nicht nur etwas mit den Medien zu tun. Der Legislative verbleibt in einer Verhandlungsdemokratie häufig kaum mehr als die Ratifizierung von Ergebnissen, welche die Vertreter der Regierung mit denen organisierter Interessen ausgehandelt haben. Durch die Medialisierung aber wird die Funktion des Parlaments, über die wesentlichen Ziele der Gesellschaft zu beraten und zu bestimmen, weiter geschwächt. Immer häufiger werden von Politikern zunächst in Interviews oder Talkshows Standpunkte geäussert, Initiativen angekündigt und Strategien erläutert, die erst später im Parlament auf die Tagesordnung kommen. Nebenbei eine eindrückliche Bestätigung der Agenda-Setting-Theorie, die besagt, dass Medien vor allem das bestimmen, worüber wir reden und weniger, mit welchen Inhalten wir das tun.

Die Medien als Meinungsmacher

In der Öffentlichkeit entsteht damit der Eindruck, dass die Arena der politischen Meinungs- und Willensbildung nicht in den Parlamenten zu suchen ist, sondern in den Magazinen des Radios. Die Suche nach Lösungen eines politischen Problems wird somit kaum als Diskurs zwischen Regierung und Opposition, zwischen Experten und Abgeordneten erkennbar, sondern eher als ein Zufallsprodukt im Rahmen einer Talkshow mit gemischten Gästen aus Sport, Unterhaltung und eben auch aus der Politik.

Es liegt auch an der Politik selbst, wie sie die Mediengesellschaft gestaltet und ihre Spielräume nutzt. Das Verhältnis zwischen Politik und Medien war immer ein beinahe symbiotisches. Das zeigt sich in der Präsenz von Mandatsträgern in den Organen der öffentlich-rechtlichen Radio-gesellschaften. In den verschiedenen Räten und Kommissionen werden wie eh und je wichtige Personal- und Strukturentscheidungen getroffen. Sie können zwar nicht das Mediensystem als Ganzes umsteuern, aber sie können Akzente setzen, wie etwa in der Frage der Vertretbarkeit bestimmter Programme.

Klagen über die Medialisierung der Politik, wie sie periodisch von Politikern aller Parteien vorgetragen werden, erinnern daher teilweise an Debatten darüber, ob Täter auch Opfer sein können und umgekehrt. Es ist nicht eindeutig erkennbar, wer wem zum Opfer gefallen ist: die Politik den Medien oder die Medien der Politik. Fest steht nur: Die Politik ist unter den heutigen Bedingungen der Mediengesellschaft eine andere geworden. Es hängt nicht zum geringsten Teil von den Politikern selbst ab, wie sie die rechtlichen und finanziellen Spielräume der Medien bestimmen und wie sie sich selbst in den Medien inszenieren und somit auch, wie sie die politischen Institutionen vor einem weiteren Bedeutungsverlust bewahren. ■

Dr. Manfred Mai, Privatdozent an der Universität Düsseldorf, Düsseldorf, manfred.mai@mwf.nrw.de