

Peter Filzmaier

## Politische Bildung in der Mediengesellschaft

Politische Informationsvermittlung lebt, bereits durch Aristoteles und Cicero als Charakteristika der öffentlichen Rhetorik beschrieben, von einem Wechselspiel überzeugender Argumente und starker Emotionen. Politik wird von den Politikern inszeniert, die Beziehung zwischen politischer Botschaft und ihrer mediengerechten Aufbereitung kann trotzdem für eine Demokratie produktiv sein. Jede Demokratie benötigt Politiker, die etwas zu sagen haben, und Medien, die darüber publikumswirksam berichten und neben Sachinformationen ein "Spektrum von Gefühlszuständen" bieten. Allerdings ist der demokratische Diskurs über politische Themen in den Massenmedien nur wertvoll, wenn die Kommunikationsangebote der Politik ein Mindestmaß an inhaltlicher Seriosität nicht unter- und die Inszenierung der Medien ein Maximalausmaß an Showcharakter nicht überschreiten.

Was geschieht, wenn Politiker und Journalisten über unwichtige und unterhaltsame Dinge anstatt über politisch wichtige und ernste Themen kommunizieren wollen? Ist auf beiden Seiten die Lust an der Inszenierung größer als das Interesse an Inhalten? Droht in modernen Kommunikationsgesellschaften eine Entpolitisierung der Demokratie oder zumindest eine Reduktion der Politik auf mediengerechte Minimalbotschaften?

75 Prozent der Österreicher beziehen - siehe Abbildung 1 - ihre politischen Informationen überwiegend aus dem Fernsehen bzw. bezeichnen das Fernsehen als wichtigste politische Informationsquelle. Zeitungen (49 Prozent) und Hörfunk (38 Prozent) folgen trotz der Möglichkeit von Mehrfachnennungen mit deutlichem Abstand und in den letzten Jahrzehnten radikal sinkender Tendenz. 51 Prozent halten das Fernsehen, das trotz einer Verschlechterung seit den siebziger Jahren deutlich vor den Zeitungen (14 Prozent) rangiert, für besonders glaubwürdig.

Der gleichzeitige Rückgang der Bedeutung von Zeitungen gleichermaßen dramatisch. Trotz der einmaligen Sonderstellung der *Kronen Zeitung* müssen in diesem Zusammenhang die politischen Einflussmöglichkeiten von Printmedien deutlich relativiert werden. Offensichtlich auch, dass die Politberichterstattung im Radio quantitativ einen radikalen Bedeutungsverlust erfahren hat, obwohl sich seine Glaubwürdigkeit qualitativ nicht verringert hat.

Beispiele der medialen Inszenierung sind Politik nach Drehbuch, die KISS-Logik, die Bedeutung von Bildern, Botschaftendreiecke als Kommunikationsstrategie, Talk Show-Politics usw. "Selling" von Politik (und von politischer Bildungsarbeit?) ist im Fernsehzeitalter durch professionelles "Marketing" abgelöst worden. *Selling* von Politik hieß, die Bürger bzw. Wähler von der Richtigkeit bereits geschriebener Programme zu überzeugen. Die Bürger haben auf die Programmgestaltung wenig Einfluss. Marketing bedeutet, bereits in der Bevölkerung vorherrschende Bedürfnisse, Erwartungen und Stimmungen zu kanalisieren, zu konkretisieren und zu kommunizieren.

Was aber bedeutet das für die politische Bildungsarbeit? Ist unsere „alte“ Politische Bildung von einer Strategie des *selling* bestimmt, und die politische Bildungsarbeit als „neue“ Politik (*new politics*) am Marketing orientiert? Müssen folgerichtig Kommunikationsexperten, Marketing- und

Quelle: Abstract des Vortrags auf der Konferenz Demokratie-Bildung in Europa. Herausforderungen für Österreich am 28. und 29. April 2005 in Wien, veranstaltet vom Demokratiezentrum Wien im Auftrag des bm:bwk.

---

Werbespezialisten, professionelle Strategen und Meinungsforscher usw. an die Stelle traditioneller Bildungsfunktionäre treten? Für amateurhafte Bildner mit sowohl sympathischen als auch realitätsfernen Gesellschaftsidealen besteht in der logistisch komplexen und mit den neuesten Technologien und Forschungsergebnissen operierenden Marketingstrategie für politische Bildungsarbeit weder Funktion noch Nachfrage. In 20 Jahren werden vielleicht *Civic Educator Firms* ihre Beratungsdienste anbieten, die *media consulting*, *opinion research* oder *targeting* (Zielgruppenmarketing) usw. beinhalten.

*Peter Filzmaier ist Ao. Professor für Politikwissenschaft und Abteilungsleiter für Politische Bildung und Politikforschung an der Universität Klagenfurt, [peter.filzmaier@uni-klu.ac.at](mailto:peter.filzmaier@uni-klu.ac.at), <http://polbil.uni-klu.ac.at>.*