Rüdiger Strauch

Berliner Beziehungsgeflechte - Zum Verhältnis von Politikern, Politikvermittlungsexperten und Parlamentskorrespondenten von Printmedien

Eine Befragung

Magisterarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2004 GRIN Verlag
ISBN: 9783638350891

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/35043

Rüdiger Strauch

Berliner Beziehungsgeflechte - Zum Verhältnis von Politikern, Politikvermittlungsexperten und Parlaments-korrespondenten von Printmedien

Eine Befragung

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Kommunikationswissenschaft

Berliner Beziehungsgeflechte – Zum Verhältnis von Politikern, Politikvermittlungsexperten und Korrespondenten von Printmedien. Eine Befragung

Hausarbeit

zur Erlangung des Grades eines Magister Artium

der

Philosophischen Fakultät

der Westfälischen Wilhelms-Universität

Münster, Westfalen

vorgelegt von

Rüdiger Strauch

aus Hammelburg

2004

Inhalt

1 Einleitung ..... S. 5
1.1 Erkenntnisinteresse ..... S. 6
1.2 Fragestellung ..... S. 6
1.3 Aufbau der Arbeit ..... S. 7

2 Politik, Medien, Öffentlichkeit – Ein makroanalytischer Bezugsrahmen ..... S. 8
2.1 Politik und politische Kommunikation ..... S. 8
2.2 Politische Öffentlichkeit ..... S. 10
2.3 Massenmedien und politischer Prozess ..... S. 12
2.3.1 Politische Funktionen der Massenmedien ..... S. 13
2.3.2 Erklärungsansätze zum Verhältnis von Politik und Medien ..... S. 14
2.3.2.1 Medien als *Vierte Gewalt*: Das Autonomie-Modell ..... S. 14
2.3.2.2 *Starke* Medien, *schwache* Medien: Die Steuerungsmodelle ..... S. 15
2.3.2.3 Wechselseitige Abhängigkeiten: Interdependenz-Modell, Supersystem, Symbiose ..... S. 16
2.3.3 Öffentliche Kommunikation über Politik als Vermittlungsleistung ..... S. 18
2.3.4 Politische Öffentlichkeitsarbeit ..... S. 19
2.3.4.1 Funktionen ..... S. 20
2.3.4.2 Methoden ..... S. 21
2.3.4.3 Exkurs: Deutungsversuche zum Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und journalistischem System ..... S. 22
2.3.4.3.1 Determinationsansatz ..... S. 22
2.3.4.3.2 Intereffikationsmodell ..... S. 23
2.3.4.3.3 Interpenetrationsmodell ..... S. 24
2.4 Zwischenfazit ..... S. 25

3 Politik und Medien im Wandlungsprozess – Entwicklungen und Tendenzen ..... S. 27
3.1 Gesellschaftlicher und politischer Strukturwandel ..... S. 27
3.1.1 Ausdifferenzierung, Komplexitätssteigerung, Individualisierung, Globalisierung ..... S. 27
3.1.2 Politik zwischen neuen Anforderungen und Akzeptanzverlust ..... S. 29
3.1.2.1 Die Politisierung des vorpolitischen Raums ..... S. 29
3.1.2.2 Politikverdrossenheit und Volatilität der Wähler ..... S. 30
3.2 Medien und Mediensystem im Strukturwandel ..... S. 31
3.2.1 Kommerzialisierung, verschärfter Wettbewerb, Diversifizierung ..... S. 31
3.2.2 Beschleunigung, Informationsflut, Arbeitsteilung ..... S. 32
3.3 Mediatisierung öffentlicher Kommunikation über Politik ..... S. 33
3.3.1 Symbolische Politik ..... S. 34
3.3.2 Personalisierung und Unterhaltungsorientierung ..... S. 35
3.4 Professionalisierung politischer Öffentlichkeitsarbeit ..... S. 38
3.5 Neuer Deutungsversuch: Interpenetrationsmodell und -zone(n) ..... S. 40
3.6 Zwischenfazit ..... S. 42

4 Akteure öffentlicher Kommunikation über Politik und die Situation in Berlin – Ein mikroanalytischer Bezugsrahmen (Forschungsstand) ..... S. 44
4.1 Akteursrollen ..... S. 44
4.1.1 Politische Akteure ..... S. 44
4.1.1.1 Politiker ..... S. 45
4.1.1.2 Politikvermittlungsexperten ..... S. 46
4.1.2 Medienakteure: Journalisten/Hauptstadtkorrespondenten ..... S. 47
4.2 Politisch-journalistische Produktionsgemeinschaft ..... S. 49
4.2.1 Interaktionsformen auf Vorder- und Hinterbühne politischer Öffentlichkeit ..... S. 51
4.2.1.1 Pressekonferenzen, -mitteilungen und Interviews ..... S. 51
4.2.1.2 Gesprächszirkel und Hintergrundkreise ..... S. 53
4.2.2 Die Situation am Regierungssitz Berlin ..... S. 55

5 Methodisches Vorgehen ..... S. 56
5.1 Erkenntnisinteresse und forschungsleitende Fragen ..... S. 56
5.1.1 Leitfragen an die Hauptstadtkorrespondenten von Printmedien ..... S. 57
5.1.2 Leitfragen an die Bundestagsabgeordneten ..... S. 58
5.1.3 Leitfragen an die Politikvermittlungsexperten ..... S. 58
5.2 Erhebungsmethode, Stichprobe und Vorgehen ..... S. 58
5.2.1 Konzeption der Leitfäden ..... S. 59
5.2.2 Auswahl der Gesprächspartner und Profil der Befragten ..... S. 59
5.2.3 Durchführung der Interviews ..... S. 63
5.2.4 Methodisches Auswerten – Die qualitative Inhaltsanalyse ..... S. 64

6 Darstellung der Ergebnisse: Berliner Beziehungsgeflechte. Zum Verhältnis von Politikern, Politikvermittlungsexperten und Hauptstadtkorrespondenten von Printmedien ..... S. 65
6.1 Berufliches Selbstverständnis bzw. Bedeutung von Pressearbeit für Politiker und deren Einstellung zu Pressearbeit ..... S. 65
6.1.1 Berufliches Selbstverständnis der Hauptstadtkorrespondenten ..... S. 66
6.1.2 Einstellung der Politiker zur Pressearbeit ..... S. 67
6.1.3 Berufliches Selbstverständnis der Politikvermittlungsexperten ..... S. 69
6.1.4 Zwischenfazit ..... S. 71
6.2 Interaktionsbedingungen und -muster ..... S. 72
6.2.1 Interaktionsbedingungen und -muster zwischen Hauptstadtkorrespondenten und Politikern ..... S. 72
6.2.2 Interaktionsbedingungen und -muster zwischen Hauptstadtkorrespondenten und Politikvermittlungsexperten ..... S. 75
6.2.3 Interaktionsbedingungen und -muster zwischen Politikvermittlungsexperten und Politikern ..... S. 77
6.2.4 Zwischenfazit ..... S. 79
6.3 Fremdbilder (vermutete Erwartungen der anderen) ..... S. 80
6.3.1 Hauptstadtkorrespondenten: Vermutete Erwartungen von Politikern und Politikvermittlungsexperten ..... S. 80
6.3.2 Politiker: Vermutete Erwartungen von Hauptstadtkorrespondenten und Politikvermittlungsexperten ..... S. 82
6.3.3 Politikervermittlungsexperten: Vermutete Erwartungen von Politikern und Hauptstadtkorrespondenten ..... S. 85

6.4 Erwartungen an die anderen Akteure ..... S. 88
6.4.1 Gegenseitige Erwartungen von Politikern und Hauptstadtkorrespondenten ..... S. 88
6.4.2 Gegenseitige Erwartungen von Hauptstadtkorrespondenten und Politikvermittlungsexperten ..... S. 90
6.4.3 Gegenseitige Erwartungen von Politikvermittlungsexperten und Politikern ..... S. 91
6.4.4 Zwischenfazit ..... S. 92
6.5 Beschreibung des Verhältnisses zwischen den Akteuren aus Sicht der Befragten ..... S. 94
6.5.1 Politiker und Hauptstadtkorrespondenten: Beschreibung des Verhältnisses zueinander ..... S. 94
6.5.2 Hauptstadtkorrespondenten und Politikvermittlungsexperten: Beschreibung des Verhältnisses zueinander ..... S. 96
6.5.3 Politikvermittlungsexperten und Politiker: Beschreibung des Verhältnisses zueinander ..... S. 97
6.5.4 Zwischenfazit ..... S. 97
6.6 Probleme und Konflikte zwischen Hauptstadtkorrespondenten und politischen Akteuren ..... S. 98
6.6.1 Hauptstadtkorrespondenten: Probleme und Konflikte im Verhältnis zu Politikern und Politikvermittlungsexperten ..... S. 98
6.6.2 Politiker und Politikvermittlungsexperten: Probleme und Konflikte im Verhältnis zu Hauptstadtkorrespondenten ..... S. 101
6.6.3 Zwischenfazit ..... S. 103
6.7 Beurteilung der Einflussverhältnisse zwischen Politik und Medien ..... S. 103
6.7.1 Hauptstadtkorrespondenten: Beurteilung der Einflussverhältnisse zwischen Politik und Medien ..... S. 104
6.7.2 Politiker und Politikvermittlungsexperten: Beurteilung der Einflussverhältnisse zwischen Politik und Medien ..... S. 105
6.7.3 Zwischenfazit ..... S. 108

7 Schlussbetrachtungen ..... S. 109
8 Literaturverzeichnis ..... S. 111
9 Audiovisuelle Quellen und Audioquellen ..... S. 124

Anhang 1: Anschreiben ..... S. 125
Anhang 2: Interviewleitfaden Hauptstadtkorrespondenten ..... S. 126
Anhang 3: Interviewleitfaden Politiker ..... S. 130
Anhang 4: Interviewleitfaden Politikvermittlungsexperten ..... S. 133
Anhang 5: Transkriptionsregeln und transkribierte Interviews ..... S. 136
Anhang 6: Abbildungs- und Tabellenverzeichnis ..... S. 137
Anhang 7: Abkürzungsverzeichnis und Hinweise ..... S. 138

1 Einleitung

Der Kanzler war zu fast schon erwartungsgemäßer Hochform aufgelaufen. Eine schmeichelnde Bemerkung hier, eine mit Augenzwinkern vorgetragene Rüge dort – und alle, anwesende Journalisten wie auch Gerhard Schröder, fanden die Debatte irgendwie... munter. So drückte es der Bundeskanzler selbst aus, nachdem die Podiumsdiskussion zwischen ihm und Vertretern der Magazine *DER SPIEGEL* und *stern* zu Ende gegangen war. Man hatte sich unter gleichlautendem Titel über *Die Rolle der Medien* (vgl. Leinemann/Jürgs 2003) im politischen Prozess ausgetauscht, gegenseitige Wahrnehmungsmuster offen angesprochen und regelmäßiges Gelächter verzeichnen können (vgl. ebd.). Alle Teilnehmer und Besucher machten den Eindruck, rundum zufrieden zu sein. Mittendrin der Kanzler, dessen ins *NDR*-Mikrofon gesprochenes und in die Blöcke der schreibenden Journalisten diktiertes Wort vom „munter[en]" (ebd.: 102) Gespräch mit kaum milderem Lächeln hätte versehen werden können (vgl. N.N. 2003x[1]).

So fröhlich die Diskussion auch zu sein schien: Einen Zeitpunkt gab es, an dem Gerhard Schröder seine staatsmännische Miene aufsetzte und ernst wurde. Wie er denn seine Beziehung zu Journalisten charakterisieren würde, war Deutschlands mächtigster Politiker da gefragt worden. „Ich würde mein Verhältnis zu Journalismus als ein Arbeitsverhältnis beschreiben, bei dem jede Seite weiß, dass man aufeinander angewiesen ist" (zit. n. Leinemann/Jürgs 2003: 90), gab er zur Antwort. Und es hatte den Anschein, als sei der Bundeskanzler, den zu dessen eigenem Ärgernis (vgl. Gaus 2003x) nicht wenige bereits zum „Medienkanzler" (Meng 2002) ausgerufen haben, an dieser Stelle nachdrücklich darum bemüht, betont sachlich zu formulieren. Tunlichst keine Gedanken an allerlei denkwürdige Geschichten aufkommen lassen, die allzu leicht daran erinnern könnten, dass Schröder das Spiel mit den Medien liebt und eine „Offenheit gegenüber Journalismus" (zit. n. Gaus 2003x) pflegt.

An jene vergleichsweise harmlose Anekdote zum Beispiel, als sich Herausforderer Schröder im Wahlkampf 1998 während eines Abstechers in die amerikanische Hauptstadt Washington vor dem begleitenden Journalisten-Tross aufbaute und es ihm gelang, alle zu animieren, unter seinem Dirigat Ehefrau Doris – ehemals selbst Journalistin – übers Handy ein Geburtstagsständchen darzubringen (vgl. Niejahr/Pörtner 2002: 69). Kein Gedanke auch daran, dass Schröder zeitweise sogar dazu übergegangen war, engsten Berater aus den Reihen einzelner Chefredaktionen – beispielsweise jener einer heute nicht mehr existierenden Wochenzeitung – zu rekrutieren. Als bloßes Arbeitsverhältnis jedenfalls ist dies kaum zu deuten, und die Reihe der Vorkommnisse, bei denen nicht nur der Kanzler, sondern auch übrige Politiker und Journalisten eine zumindest frag- und untersuchungswürdige Liaison eingingen und dies weiterhin tun, ließe sich fast beliebig fortsetzen.

Schröder als Parsprototo, als Symptom der fortschreitenden Annäherungen von Politik und Medien? Beide scheinen sich zu brauchen, sich gegenseitig anzuziehen und gleichzeitig regelrecht abzustoßen, wie zahlreiche Skandale, die durch Journalisten aufgedeckt wurden, aber auch kolportierte, mutmaßliche Äußerungen von Regierungsmitgliedern wie jene Joschka Fischers, Journalisten seien nichts anderes als „Fünf-Mark-Nutten" (zit. n. Mertes 2001: 65), belegen. Im Berliner Regierungsviertel, wo die Akteure der Bundespolitik und der Presse unmittelbar aufeinander treffen, wird das ambivalente Verhältnis, das beide Gruppen zu pflegen scheinen, gleichsam spürbar: Eben noch rauschen Spitzenpolitiker, aber auch einfache Abgeordnete wortlos an den Presseleuten vorbei, wimmeln Fragen mit gönnerhaften Gesten ab; später sitzen dieselben Politiker mit denselben Journalisten, die zuvor kaum eines Blickes gewürdigt wurden, vorgeblich einträchtig in

[1] Zusätzlich mit *x* gekennzeichnete Angaben beziehen sich auf audiovisuelle Quellen bzw. Audioquellen, die nicht im Literaturverzeichnis, sondern eigens unter *9 Audiovisuelle Quellen und Audioquellen* (S. 124) belegt sind. Direkten Zitaten, die nicht zusätzlich mit Seitenangaben belegt sind, können selbige entweder nicht zugeordnet werden, da es sich um Internet-Quellen handelt, oder aber sie beziehen sich auf Aufsätze, die, wie im Literaturverzeichnis zu ersehen, nur auf einer einzigen Seite vorzufinden sind.

den Cafés rund um das Haus der Bundespressekonferenz oder die Abgeordnetenbüros zusammen und tauschen sich im Gespräch aus.

Ob dabei Diskretion oder Geschwätzigkeit überwiegt? Will man jedenfalls im Bild bleiben, das *BILD*-Chefredakteur Kai Diekmann zeichnet, indem er das tägliche Geschäft der Hauptstadtkorrespondenten als „journalistische[n] und politische[n] Teppichhandel" (zit. n. Koelbl 2001: 112) darstellt, so gleicht der Berliner Gendarmenmarkt zeitweilig einem Basar. Auf ihm scheint es trotz des möglicherweise vorhandenen und von außen kaum zu beurteilenden Bemühens um Diskretion nicht zuletzt auch deswegen manchmal turbulent zuzugehen, weil noch eine dritte Akteursgruppe mitmischt, die in Diensten der Politik steht und deren Profession es ist, ein wachsames Auge auf die abgewickelten Geschäfte zu werfen: Experten der Politikvermittlung, die sich darauf verstehen müssen, das Bestmögliche für ihre Auftraggeber aus der Politik herauszuschlagen und gleichzeitig deren Geschäftspartner, die Journalisten, nicht zu verärgern, um aus beider Mund ein *Gerne wieder!* vernehmen zu dürfen. Wie auf seinem orientalischen Abbild in Marrakesch oder anderswo geht unter Umständen aber auch in Berlin nicht jedes Geschäft glatt und im Einvernehmen aller über die Bühne. Daraus ließe sich ableiten, dass in allen drei Gruppen raffinierte und weniger geschickte Händler anzutreffen sind. Die ganz menschlichen Folgen wären dann – außer den intensiven Kontakten auf der Grundlage zufrieden stellender Geschäftsbeziehungen – zeitweilig zu verzeichnende Probleme, Kränkungen oder auch verbaler und schriftlicher Schlagabtausch.

1.1 Erkenntnisinteresse

All diese denkbaren Handlungen vollziehen sich vor dem Hintergrund einer sich stetig komplexer gestaltenden – auch politischen – Landschaft. Die Ausdifferenzierung der Gesellschaft hat dazu geführt, dass sich den Bürgern Geschehnisse des politischen Bereichs im Wesentlichen medienvermittelt präsentieren. Die Ansichten, die Menschen zu Fragen politischen Belangs entwickeln, speisen sich in der Hauptsache aus denjenigen Informationen, die den Filter des journalistischen Bereichs durchlaufen haben und sie durch Fernsehen, Hörfunk, Zeitungen, Zeitschriften oder Internet erreichen. Wenn Luhmann festhält, dass wir alles, was wir über unsere Gesellschaft, also auch über Politik, wissen, durch die Massenmedien wissen (vgl. 2004: 9), gewinnt die Kommunikation auf dem oben hypothetisch entworfenen politischen Basar eine allgemeine, öffentliche Bedeutung. Sie gilt es demnach ebenso wissenschaftlich zu ergründen – und dies auch, zumal die Vielzahl der hierzu ausgearbeiteten, meist makroanalytischen Analysen nicht darüber hinwegtäuschen kann, dass sich die tatsächlichen Kommunikationsprozesse zwischen Politik und Medien sowie damit verbundene Erwartungen und Einstellungen der Akteure dem Blick der Öffentlichkeit fast immer entziehen.

1.2 Fragestellung

Die vorliegende Arbeit macht es sich zum Ziel, das einleitend auf der Basis begründeter Vermutungen skizzierte Verhältnis zwischen Politikern, Politikvermittlungsexperten und Hauptstadtkorrespondenten von Printmedien zu beschreiben. Ohne Gefahr zu laufen, Vorfestlegungen bezüglich des Verhältnisses der beteiligten Akteure zu treffen, steht die allgemein gehaltene Frage im Vordergrund, wie sich das Beziehungsgeflecht zwischen den drei Akteursgruppen gestaltet. In diesem Zusammenhang ist von Interesse, welches Selbstverständnis sie ihrer Tätigkeit zugrunde legen, welche Interaktionsmuster zwischen den handelnden Personen konkret gestaltet, welche Hintergedanken hierbei eine Rolle spielen, welche Erwartungen sie an die jeweils anderen hegen, wie sie die Arbeit der mit ihnen in Kontakt tretenden Akteure wahrnehmen, ob und welche Probleme sich aus der Interaktion ergeben und wie sie die Einflussverhältnisse zwischen Politik und Medien einschätzen.

Die Beantwortung dieser Fragestellungen soll mittels Befragung von Personen, die am skizzierten Prozess beteiligt sind, und sich anschließender qualitativer Analyse des erhobenen Materials erfolgen. Diesbezüglich muss angesichts der vergleichsweise schmalen Basis der Untersuchung, ihrer Ansiedelung auf mikroanalytischer Ebene und des eng begrenzten Zeitrahmens der Befragungen darauf hingewiesen werden, dass die Reichweite der abschließend zu treffenden Aussagen überaus begrenzt ist. Demgemäß handelt es sich bei der hier vorliegenden Arbeit lediglich um eine Fallstudie, der allenfalls daran gelegen ist, einer übergeordneten Theorie politisch-medialer Kommunikationskultur ein Mosaikstück anzugliedern.

1.3 Aufbau der Arbeit

Um zunächst einen überwiegend theoretischen Zugang zur Thematik der eigenen Untersuchung zu ermöglichen, sollen in Kapitel 2 im Wesentlichen systemtheoretisch untermauerte Ansätze zur Erläuterung der politisch-medialen Beziehungen dargelegt werden. Dabei wird zu untersuchen sein, wodurch sich Politik und Medien sowie politische Öffentlichkeitsarbeit als Schnittstelle beider Systeme auszeichnen. Aufbauend auf Kapitel 3, das sich Wandlungsprozessen innerhalb der Gesellschaft und des politischen Systems sowie Veränderungen des Systems der Massenkommunikation widmet, soll zu einem erneuten Erklärungsmodell des komplexen sowie obig hypothetisch verkürzt und deswegen vorbehaltlich skizzierten Verhältnisses hingeführt werden. Unter Berücksichtigung dessen wendet sich Kapitel 4 schließlich der Akteursebene zu, versucht, wiederum auf der Grundlage bestehender Erkenntnisse, die Rollenzusammenhänge der handelnden Personengruppen näher zu beschreiben. Damit verbunden sind die Darlegung des Forschungsstandes und die Einordnung verschiedener Interaktionsformen. Ferner ist auf die Situation in der Hauptstadt Berlin einzugehen, in der die Akteure von Politik und Medien erst seit dem Umzug von Parlament und eines Großteils der Regierung im Jahre 1999 aufeinandertreffen.

Kapitel 5, in dem sowohl die gewählte Erhebungsmethode als auch die hierauf gründende Ausarbeitung der Fragebögen sowie die Durchführung der Befragungen erläutert werden, leitet über zur Darlegung der eigenen Untersuchungsergebnisse in Kapitel 6. Sie sind in Anlehnung an die thematisch strukturierten Fragenkataloge ebenfalls untergliedert und werden – unter Ausnahmen – mit einem kurzen Zwischenfazit versehen. So wird eingangs aufzuzeigen sein, welche Bedeutung Politiker der Zusammenarbeit mit Medienvertretern beimessen, welches berufliche Selbstverständnis Hauptstadtkorrespondenten und Politikvermittlungsexperten ihrer Arbeit zugrunde legen (Kapitel 6.1); daraufhin erfolgt die Darstellung der wahrnehmbaren Interaktionsmuster (Kapitel 6.2) sowie der vermuteten Erwartungen *der* und die Erwartungen *an* die jeweils anderen Arenenakteure (Kapitel 6.3 und 6.4), der sich die Darlegung der von den Befragten erbetenen Charakterisierungen ihres Verhältnisses zu denselben (Kapitel 6.5), der gegebenenfalls festzustellenden Probleme und Konflikte zwischen politischen Akteuren und Hauptstadtkorrespondenten (Kapitel 6.6) sowie der Beurteilung der Einflussverhältnisse zwischen Politik und Medien (Kapitel 6.7) anschließen.

Schlussbetrachtungen sollen abschließend dazu dienen, den Bogen zwischen ihnen und den in Kapitel 2 und 3 beschriebenen, vorwiegend systemtheoretischen Erklärungsansätzen der Beziehungen im politisch-medialen Geflecht zu spannen.

2 Politik, Öffentlichkeit und Medien – Ein makroanalytischer Bezugsrahmen

Innerhalb demokratisch verfasster Gesellschaften beziehen staatliches Handeln und allgemeinverbindliche Entscheidungen des politischen Systems[2] ihre Legitimität fortwährend aus dem Grundprinzip der Volkssouveränität. Das Volk, also die Gesamtheit aller Bürger, ist, wie Artikel 20 Abs. 2 des Grundgesetzes besagt, Inhaber der Staatsgewalt. Und so muss es als unerlässlich erachtet werden, die Menschen in den politischen Willensbildungsprozess einzubinden und an Entscheidungen zu beteiligen. Die demokratische Verfasstheit eines Staates erschöpft sich somit nicht in einem auf Gewaltenteilung und gegenseitiger Kontrolle basierenden Institutionensystem, sondern ist ebenso ein Erörterungs- und Entscheidungsverfahren, das einer angemessenen Kommunikationsweise und dementsprechender Kommunikationsverhältnisse bedarf (vgl. Meyer 2001: 15).

Die Ausdifferenzierung funktionaler Teilsysteme innerhalb moderner Gesellschaften bringt es mit sich, dass Kommunikation, die sich dem politischen Prozess widmet, verstärkt in die Öffentlichkeit verlagert wird und sich nicht mehr nur auf der Basis interpersoneller Kommunikation vollziehen kann (vgl. Jansen/Ruberto 1997: 19). Vielmehr sind es die Massenmedien[3], die als eine auf breite öffentliche Kommunikation spezialisierte Institution Bedeutung gewinnen, soll zwischen Bürgern und Politik ein Austausch möglich sein. „Sie sind als [.] Vermittler und Kommunikatoren zum festen Bestandteil des politischen Kommunikationsprozesses geworden." (Ebd.: 19; vgl. Altmeppen/Löffelholz 1998a: 416)

Um einen theoretischen, deswegen fast immer makroanalytischen Bezugsrahmen aufzuspannen und somit einen nachvollziehbaren Zugang auch zur mikroanalytischen Untersuchung des Verhältnisses zwischen Politikern und Journalisten zu ermöglichen, muss einer wissenschaftlichen Analyse daran gelegen sein, wiederkehrende Begriffe einzugrenzen. Aus diesem Grund ist eine Herleitung und Klärung der verwendeten Grundkonzepte unumgänglich, und so sollen im Folgenden zunächst Definitionen und Zusammenhänge von Politik, Öffentlichkeit und Medien dargestellt werden.

2.1 Politik und politische Kommunikation

Angesichts der Komplexität gesamtgesellschaftlicher Strukturen kann es nicht ausreichen, in einem weiten Sinne all das unter den Begriff *Politik* zu erfassen, was im politisch-administrativen System geschieht (vgl. Jarren/Donges/Weßler 1996: 11). Auch der Versuch, Politik zu definieren, indem auf Zielbestimmungen politischen Handelns, so zum Beispiel die Verbesserung der Lebensbedingungen oder Förderung von Frieden und Freiheit, abgehoben wird, greift zu kurz. Vielmehr verlangen diese – zugegebenermaßen recht grobe – systemtheoretische Einordnung und die Deutung des Politikbegriffs auf normativer Grundlage nach einer Vertiefung nicht nur im Hinblick auf die dem gesellschaftlichen Teilsystem *Politik* zugeschriebenen Formen (*polity*-Dimension), Inhalte (*policy*-Dimension) und Prozesse (*politics*-Dimension), sondern auch auf dessen Funktionen. Dabei werden in Anlehnung an Bentele (vgl. 1998: 141) unter Funktionen diejenigen *objektiven* Konsequenzen verstanden, die das jeweilige System – in diesem Fall die Politik – in einem größeren Zusammenhang zeitigt.

So schlüsselt Gerhards die Aussage Luhmanns (1986: 171), das politische System sei für die Herstellung kollektiv verbindlicher Entscheidungen über die Gestaltung der Gesellschaft verantwortlich, nach verschiedenen Stadien des Zustandekommens dieser Entscheidungen auf. Er identifiziert (a) Formulierung und

[2] Der Begriff des *sozialen Systems* wird, da sich die eigene Untersuchung auf Mikroebene ablaufender Prozesse zwischen den beteiligten Akteuren widmete (siehe Kapitel 6), im Folgenden unter prozessualem Blickwinkel als ein von einer Umwelt abgrenzbarer „Zusammenhang von wiederholbaren und sich wiederholenden Vorgängen (Operationen) der sinnhaften Differenzbildung und Verknüpfung" (Gukenbiehl 2003: 390) definiert.

[3] Sie werden im Luhmannschen Sinne als „alle Einrichtungen der Gesellschaft (...), die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen" (2004: 10) verstanden.

Aggregation, (b) Herstellung und (c) Durchsetzung kollektiv verbindlicher Entscheidungen und weist allen Stufen ihre jeweiligen Akteure[4] zu (vgl. Gerhards 1994: 93). Auf diesem Konzept aufbauend und die dem Staat vorbehaltene Monopolisierung legitimer Gewalt einbeziehend, sprechen Gerhards und Neidhardt von einer doppelten Sonderstellung des politischen Systems: „Politik kommt sowohl eine besondere, übergeordnete Stellung als Problemadressat zu (Input), als auch eine Sonderstellung als Problemlösungssystem, als Steuerungsakteur der Gesamtgesellschaft (Output)." (1990: 8f.) Darüber hinaus gehört für Luhmann (1986: 170) ein Innehaben bzw. Nichtinnehaben der Positionen, in denen öffentliche Gewalt ausgeübt werden kann, zu den Charakteristika des politischen Systems. Dieses Entweder-Oder, die Zuweisung von Regierung mit oder Opposition ohne Machtposition, strukturiere als einheitlicher Code die gesamte Politik.

Gehorcht die Politik jedoch demokratischen Regeln, kann sich politische Macht nicht allein auf das staatliche Gewaltmonopol stützen. Vielmehr bedarf es der Gewähr, dass die Interessen der Allgemeinheit von der Politik wahrgenommen, operationalisiert und durchgesetzt werden.[5] Diese Aufgabe übernimmt, wie auch in Eastons Systemmodell der Politik (siehe nebenstehende Abbildung)[6], im Sinne einer intermediären Funktion das Kommunikationssystem Öffentlichkeit (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 9f.). Demnach ist politisches Handeln in demokratischen Staaten daran gebunden, Entscheidungen durchschaubar zu machen und zu rechtfertigen. Erst diskursive Verfahren, die eine Rückkopplung des politischen Systems zu den übrigen Teilsystemen ermöglichen, bewirken die für die langfristige Stabilität des Systems notwendige Legitimität. Nicht nur vor Wahlen sind die Akteure der politischen Arena daher darauf angewiesen, „für sich und ihr Handeln [...] Resonanz zu erzeugen, Aufmerksamkeit zu gewinnen, sich zu präsentieren und zu rechtfertigen, das Publikum über politische Planungen und Entscheidungen zu informieren und Unterstützung zu generieren" (Tenscher 2003: 32; vgl. auch Mertes 2001: 67). Deswegen erscheint es keinesfalls übertrieben, wenn in diesem Zusammenhang von Legitimation durch Kommunikation die Rede ist (vgl. Sarcinelli 1994a: 23, Habermas 1992: 196, ebenso schon Oberreuter 1979: 67).

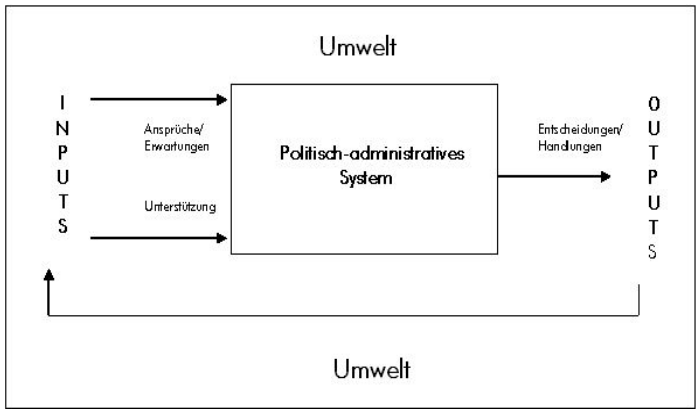

Abbildung 2.1: Systemmodell nach Easton (1967: 32).

Aufgrund der herausragenden Bedeutung kommunikativen Handelns für das politische System darf es nicht verwundern, dass das Spektrum jener wissenschaftlichen Disziplinen, die sich politischer Kommunikation widmen, ausgesprochen breit ist.[7] Dies kann bereits als Hinweis darauf gewertet werden, dass der Begriff der *politischen Kommunikation*, der im weiteren Verlauf eine nähere Betrachtung verlangt, mannigfaltige Interpretationen erfährt – und zulässt.

Dabei vermag Marcinkowski (2001: 239ff.) etliche der bisher aufgestellten Erklärungsansätze schlüssig zu entkräften, indem er darauf hinweist, dass sie in wenig überzeugender Weise auf die Wirkungsdimension

[4] Demnach übernehmen Interessengruppen und Parteien die Formulierung und Aggregation, Regierung und Parlament die Herstellung sowie die politische Administration die Durchsetzung kollektiver Ziele (vgl. Gerhards 1994: 93).
[5] Gerhards und Neidhardt sprechen in diesem Zusammenhang von einer gesamtgesellschaftlich zentralen Rückkopplungsschleife, die der Kontrolle des politischen Systems durch die Bürger dient (1994: 9).
[6] Unter Berücksichtigung ähnlicher Forschungsansätze vertieft Schulz (1997: 32ff.) Eastons Input-Output-Modell und weist bereits auf die Filter- und Kontrollfunktion der Medien hin.
[7] Zu soziologischen, rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Aspekten politischer Kommunikation sowie Anmerkungen anderer Wissenschaftsgebiete vgl. insbesondere die Beiträge in Jarren/Sarcinelli/Saxer (1998 : 138ff.).

politischer Kommunikation abzielten[8] und überdies definitorische Schwächen auf den Begriff der Öffentlichkeit abwälzten[9]. Anderen Definitionsversuchen ist zu Eigen, dass sie politische Kommunikation entweder in einer räumlichen Dimension ansiedeln oder als Prozess verstanden wissen wollen. In beiden Fällen gehen die Überlegungen davon aus, dass politische Kommunikation, die – in räumlichem Sinne – im Dreieck zwischen Politikern, Journalisten und den durch Meinungsumfragen zutage tretenden Äußerungen der Bürger verortet ist (vgl. Wolton 1990: 12)[10] oder sich – bezogen auf den Prozesscharakter – zwischen politischer Führung, Medien und Bevölkerung vollzieht (Perloff 1998: 8)[11], klar zu trennen sei von der Herstellung politischer Entscheidungen. In anderen Untersuchungen wird eine solche Loslösung politischer Kommunikation vom eigentlichen politischen Prozess allerdings schlichtweg bestritten. Mit Verweis auf das zu verzeichnende Phänomen, dass Themen, die sich nicht mediengerecht aufarbeiten lassen, gar nicht erst Eingang in den politischen Prozess finden, wird angeführt, dass die Darstellung von Politik, die Jarren und Donges (2002: 22a) zum Komplex politischer Kommunikation zählen, eine solche Relevanz gewinnt, „dass sie sich nicht mehr vom übrigen politischen Handeln trennen lässt" (Jarren/Donges/Weßler 1996: 11). Politische Kommunikation sei demnach nicht nur Mittel – und, wie oben gezeigt, notwendiger Bestandteil – der Politik, sondern selbst auch Politik (vgl. Saxer 1998a: 25).

Diesem Ansatz, der eine Abgrenzung zwischen Politik und politischer Kommunikation hinfällig werden ließe, widersetzt sich gleichwohl Marcinkowski und bezeichnet politische Kommunikation als die „operative Dimension des Politischen" (Marcinkowski 2001: 246). Damit verharrt er zwar im Vagen, doch gewinnt seine Überlegung an Plausibilität, wenn er dafür eintritt, die Formulierung *politische Kommunikation* von vornherein auszusparen und stattdessen von „öffentlicher Kommunikation über Politik" (ebd.: 243) zu sprechen. Hierdurch verlagert auch Marcinkowski eine Konkretisierung des Begriffs auf die Bedeutung von *Öffentlichkeit*. Anders als im Falle der Definition Nimmos und Swansons, deren Ablehnung Marcinkowski gerade damit begründet (siehe Fn. 9), vollzieht er diese Verlagerung jedoch bewusst, um anschließend den Begriff der *politischen Öffentlichkeit* einer Analyse zu unterziehen. Dies soll daher auch im Folgenden geschehen, um im Zugriff darauf noch einmal auf die in diesem Kapitel angestellten Überlegungen zurückzukommen.

2.2 Politische Öffentlichkeit

Bezeichnet man Öffentlichkeit als ein spezifisches Kommunikationssystem, das sich gegenüber anderen Sozialsystemen abgrenzt und auf der Basis des Austauschs von Informationen und Meinungen gründet (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 15), so handelt es sich bei politischer Öffentlichkeit, ganz allgemein formuliert, um den Ort, an dem Bürger und politische Entscheidungsträger – Wählende und Wählbare, Regierte und Regierende – sich fortwährend und wechselseitig Kommunikationsangebote unterbreiten. Demnach ist in politischer Öffentlichkeit eine Untergliederung allgemeiner Öffentlichkeit zu erkennen, bei der es sich

[8] So muss sich Graber ihrer Definition, wonach unter politischer Kommunikation das Senden und Empfangen sowie die Verarbeitung von Botschaften zu verstehen sei, die wahrscheinlich eine signifikante Wirkung auf den politischen Prozess haben (vgl. Graber 1993: 305), anlasten lassen, dass die Frage, ob eine Botschaft politischer Kommunikation zuzurechnen sei oder nicht, immer erst im nachhinein zu beurteilen wäre. Andererseits müsste vorausgesetzt werden, dass sich die Wirkung einer Botschaft auf den politischen Prozess identifizieren und – was noch schwerer vorstellbar ist – sogar messen ließe.

[9] Nimmo und Swanson etwa deuten politische Kommunikation als „(...) the strategic use of communication to influence public knowledge, beliefs and action on political matters" (1990: 9) und betonen somit deren instrumentellen Charakter. Dieser jedoch muss dann zumindest als zweifelhaft gelten, wird nicht nur medienvermittelte, sondern auch interpersonelle Kommunikation in die Überlegung einbezogen. Letzterer schließlich kann in den meisten Fällen nur geringer Einfluss auf die Öffentlichkeit zugeschrieben werden, weshalb es einer Abgrenzung des Öffentlichkeitsbegriffs (*public knowledge* usw.) bedarf.

[10] Für Wolton fungiert politische Kommunikation als Bindeglied zwischen dem Kommunikationsraum der politischen Akteure sowie der allgemeinen Öffentlichkeit, als Modus zur öffentlichen Austragung von Konflikten, wenn er feststellt: „Political Communication is defined as the space in which contradictory discourse is exchanged between three actors with the legitimate right to express themselves in public on politics, namely politicians, journalists and public opinion by means of opinion polls" (1990: 12).

[11] Perloff etwa hebt auf den Austausch politischer Botschaften ab und bezeichnet politische Kommunikation als „the process by which a nation's leadership, media and citizenry exchange and confer meaning upon messages that relate to the conduct of public policy" (1998: 8) und hebt deren Prozesscharakter noch einmal hervor: „First, political communication is a process" (ebd.: 8).