

Reihe
Germanistische
Linguistik

279

Herausgegeben von Armin Burkhardt, Angelika Linke,
Damaris Nübling und Sigurd Wichter

*Stephan Habscheid /
Michael Klemm (Hgg.)*

Sprachhandeln und
Medienstrukturen in der
politischen Kommunikation

Max Niemeyer Verlag
Tübingen 2007



Reihe Germanistische Linguistik

Begründet und fortgeführt von Helmut Henne, Horst Sitta und Herbert Ernst Wiegand

Werner Holly gewidmet

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

ISBN 978-3-484-31279-1 ISSN 0344-6778

© Max Niemeyer Verlag, Tübingen 2007

Ein Imprint der Walter de Gruyter GmbH & Co. KG

<http://www.niemeyer.de>

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Printed in Germany.

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Druck und Bindung: AZ Druck und Datentechnik, Kempten

Inhaltsverzeichnis

<i>Stephan Habscheid & Michael Klemm</i>	1
Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Problemhintergrund, Fragestellungen, Analyseansätze. Zur Einführung in den Band	

Doing Politics: Wie Politik sprachlich hergestellt wird

<i>Hans-Jürgen Bucher</i>	13
Logik der Politik – Logik der Medien Zur interaktionalen Rhetorik der politischen Kommunikation in den TV-Duellen der Bundestagswahlkämpfe 2002 und 2005	
<i>Heiko Hausendorf</i>	45
Politikersprache Zur Politisierung von Kommunikation am Beispiel der Auseinandersetzung um gentechnikrechtliche Genehmigungsverfahren	
<i>Fritz Hermanns</i>	63
Zwei historische Staatsakte Die Konstitution und die Abdankung der Weimarer Republik durch inszeniertes öffentliches kollektives kommunikatives Handeln	

Werbung um Zustimmung: Rhetorische Verfahren politischer Profilierung

<i>Johannes Schwitalla</i>	91
Wenn Fundamentalisten miteinander streiten Aporien der Flugschriftenkontroverse um die Vertreibung der Protestanten aus dem Hochstift Würzburg 1588-90	
<i>Clemens Knobloch</i>	113
Einige Beobachtungen über den Gebrauch des Stigmawortes „Populismus“	
<i>Josef Klein</i>	133
Hartz-Sprache Analyse und Kritik von Argumentation und Wortverwendung im <i>Reform-Diskurs über moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt</i>	
<i>Michael Klemm</i>	145
Der Politiker als Privatmensch und Staatsperson Wie Spitzenpolitiker auf persönlichen Websites in Text und Bild ihre Images konstruieren (wollen)	

VI

Bedeutungsfabrikation und Mikropolitik: Massenmedien und Alltagsdiskurse

<i>Ulrich Schmitz</i>	179
Nachrichten als Diskurspflege. Der 11. September hört nicht auf	
<i>Stephan Habscheid & Ronald Hartz</i>	195
Konsenserzählungen in Mitarbeiterzeitungen Am Beispiel des Globalisierungsdiskurses	
<i>Ulla Fix</i>	213
Leserbriefe. Öffentliche politische Debatte „im Kleinen“	
<i>Heike Baldauf-Quilliatre</i>	239
Politische Meinungsäußerung im Radio Oder: Das Problem mit den imaginären Rezipienten	
<i>Rainer Winter</i>	255
Gegenwart und Zukunft der „television studies“. Eine Standortbestimmung	

Medieninszenierungen: Medialisierung politischer Kommunikation im Wandel

<i>Ulrich Püschel</i>	269
„Simon ist da!“ Nachrichten und ihre Aufmachung in Provinzzeitungen 1848	
<i>Ulrike Hanna Meinhof</i>	291
Globaler Diskurs im Internet? Eine Fallstudie zu Projekten der Website World Music von BBC Radio 3	
<i>Andreas Monz</i>	309
Politik total. Zur Entertainisierung des Wahlkampfes bei Stefan Raab	
<i>Christine Domke</i>	335
Werbung, Wahlkampf, Weblogs Zur Etablierung einer neuen Kommunikationsform	
Autorinnen und Autoren	355

Stephan Habscheid & Michael Klemm

Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Problemhintergrund, Fragestellungen, Analyseansätze.

Zur Einführung in den Band

„Er ist ein atypischer Führer, man kann ihm vertrauen, und es stimmt nicht, dass er langweilig wäre.“ – Mit diesen Worten charakterisiert die Ehefrau eines katalanischen Politikers auf der Titelseite der Zeitung *La Vanguardia* im Wahlkampf ihren Mann, einen der Kandidaten.¹ Dem merkwürdigen Dementi liegen drei Annahmen zugrunde, die zwischen den Zeilen mitzuverstehen sind: 1. Erfolgreiche Politiker sind (als solche) nicht vertrauenswürdig. 2. Politiker sollten unterhaltsam sein. 3. Das Bild des ‚Politikers‘ in der Öffentlichkeit verdeckt den ‚wahren‘ Menschen (den uns die so genannte „Home-story“ nun näher bringen wird).

Dass die Äußerung der Ehefrau, die auf öffentlicher Bühne „aus dem Nähkästchen plaudert“, selbst Teil der Medieninszenierung ist, die sie zu hintergehen vorspiegelt, bleibt als blinder Fleck der gewählten Beobachterperspektive in solchen Fällen außerhalb des Bildes.² Dabei kann dem, was auf diese Weise als (populär-)kulturelle *Symbolisierung* des Politischen in Umlauf gebracht (bzw. aus dem diskursiven Verkehr gezogen) wird, durchaus wesentliche Bedeutung in der politischen *Praxis* zukommen: für die Artikulation von Interessen, die Stabilisierung und Destabilisierung von Machtverhältnissen, die Legitimation und Delegitimation von Entscheidungen, die Konstitution von Gegnerschaften zwischen Einzelnen oder Gruppen, die Symbolisierung von ‚Einigkeit‘, ‚Konsens‘ und ‚Harmonie‘ in einer immer auch durch Konflikte charakterisierten Gesellschaft.

Wie aber wirken sich auf die politischen Kommunikationsprozesse in der Öffentlichkeit mediale Gestaltungsprinzipien und institutionelle Rahmenbedingungen aus? Etwa jene, die unter dem Schlagwort der „Boulevardisierung“ (engl. „Tabloidisation“) seit einigen Jahren kritisch diskutiert werden, also stilistische Verfahren der ‚Personalisierung‘, ‚Emotionalisierung‘, ‚Dra-

¹ Hier zitiert nach einem Beitrag der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 26. Oktober 2006 (Ingendaay 2006).

² Anders als etwa in der Personality-Talkshow „Zimmer frei“ des Westdeutschen Rundfunks, wo die Charakterisierung der prominenten Gäste durch ihnen nahe stehende Dritte als „ultimative Lobhudelei“ selbstironisch gebrochen wird.

matisierung', ‚Skandalisierung', ‚Simplifizierung' usw. (Holly 1996; Holly i.V.)? Gefährden populäre Darstellungsformen der eingangs skizzierten Art gar letztlich „die Qualität des öffentlichen, vor allem politischen Diskurses“ (von Polenz 1999, 514)?

Für die Politiker selbst ist es längst „zur Selbstverständlichkeit geworden, die Wähler auch als Fernsehpublikum wahrzunehmen“ und anzusprechen (Bucher, in diesem Band), für die Medienmacher, die den Zugang zu „Sendeplätzen“ und Zeitungsspalten nach den Prinzipien ihres Metiers regulieren, ohnehin. Auch die Bürger und Wähler haben sich an die konsequente Medialisierung politischen Handelns, ob in politischen Formaten oder unterhaltenen Genres, längst gewöhnt. Wie etwa die Einschaltquoten bei TV-Duellen in Bundestagswahlkämpfen eindrucksvoll belegen, handelt es sich bei diesen Prinzipien vor allem um ‚Erfolgsorientierung': Kommunikation ist hier i.w.S. ‚werbend', also ‚dramaturgisches Handeln mit strategischem Charakter', das wesentlich auf einem professionell fundierten Wissen darüber aufbaut, „wonach dem Publikum der Sinn steht oder gestellt werden kann“ (Willems 2002, 58). Im Vergleich zu einem derartigen ‚Politainment' (Dörner 2001) scheinen die tradierten Formen politischer Debatte auf dem Markt des Handels mit Symbolen immer weniger konkurrenzfähig: Läuft also letztlich ‚die Sprache' des Fernsehens der traditionsreichen Sprache des Parlamentarismus (Burkhardt & Pape 2000) den Rang ab?

Dabei steht die mediale ‚Transformation' der Politikvermittlung offenkundig in einem Spannungsverhältnis zu den Normen, die das *Selbstverständnis* demokratischer Gesellschaften im Kern charakterisieren: Zu diesem ‚aristotelisch-kommunikativen Idealbild' (Holly 1990, 10ff.) gehört, dass Interessen- und Wertekonflikte auf der Basis rationaler und egalitärer, auf sachliches Einvernehmen zielender sprachlicher Diskurse öffentlich ausgetragen und geklärt werden sollen. Der autokratischen Herrschaft einzelner Personen oder Gruppen bzw. der unkontrollierten bürokratischen Macht wird die Legitimation entzogen zugunsten einer Erweiterung der Entscheidungsbasis im Sinne von – formellen und informellen, direkten und repräsentativen – Formen der politischen Partizipation. Verhalten sich die daran Beteiligten im Sinne einer kommunikativen Ethik verständigungsorientiert, so verfolgen sie nicht egozentrische, zweckrationale Erfolgskalküle, sondern das vernünftige Ziel, einen an Wahrheit, normativer Richtigkeit und Wahrhaftigkeit orientierten Konsens durch gegenseitige Überzeugung herbeizuführen (Habermas 1981/1987).

In der *Diskurspraxis* der massenmedialen Öffentlichkeit treten an die Stelle allgemeiner Vernunft und kommunikativer Ethik häufig perspektivisch gebundene Eigeninteressen und Handlungslogiken der beteiligten Akteure und, nicht zuletzt, die Eigengesetzlichkeiten des Mediensystems selbst, die den politischen Diskurs in vielfältiger Hinsicht überformen: das Streben nach maxi-

maler gesellschaftlicher *Zustimmung* seitens der politischen Parteien, die Generierung von *Aufmerksamkeit* in (ökonomisch relevanten) Publikumssegmenten seitens der Massenmedien, die Etablierung der eigenen Themen und die Erzeugung von öffentlichem *Interesse* seitens der Handelnden und organisierten Gruppen in Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Kirche, usw. (vgl. z.B. Erdl & Knobloch 2005), das Bedürfnis nach verständlicher und unterhaltsamer *Politikvermittlung* seitens der Bürger. Dabei kann der im Alltag vielfältig anschlussfähige massenmediale Diskurs offenbar den *Eindruck* allgemeiner Partizipation erzeugen und so – als *Verfahren* – Entscheidungen auch ohne sachlichen Konsens legitimieren (Luhmann 1975). Letztlich gilt vor diesem Hintergrund, wie Werner Holly konstatiert, für Idealvorstellungen der politischen Kommunikation,

„daß sie wenig geeignet sind als eine vollständige Beschreibung dessen, was ist; sie sind aber sehr dafür geeignet, ein Idealbild abzugeben, an dem sich nicht nur naive Vorstellungen, sondern auch erzieherische, kritische, sogar ideologisch-manipulative Bemühungen selbst orientieren, letztere, indem sie aristotelisch-kommunikative Elemente als Fassadenstücke verwenden“ (Holly 1990, 10ff.).

Auch wenn ohne ethische Prinzipien kommunikative Verständigung und menschliches Zusammenleben auf Dauer nicht gelingen können, sind sie für die Beschreibung des empirischen Sprachgebrauchs zunächst nicht mehr als nur „Kontrastfolien“ (Holly 1990, 19).

Zu den Rahmenbedingungen politischen Sprachhandelns in der massenmedialen Öffentlichkeit gehören neben den institutionellen und thematisch-diskursiven auch die technischen Aspekte der medialen Apparaturen: In dieser Hinsicht unterliegt das politische Sprachhandeln besonderen strukturellen und semiotischen Möglichkeiten und Grenzen im Rahmen der *massenmedialen* Kommunikationsformen, die – gar den Status derartiger Semiosen als ‚Kommunikation‘ grundsätzlich in Frage stellen können (vgl. Holly & Habscheid 2001: 218f.):

- Aufgrund von Mehrfachautorenschaft, Textoffenheit und Multicodalität lässt sich die *eine* Sprecherintention, das ‚Gemeinte‘, oft nur schwer rekonstruieren;
- auch das ‚Verstehen‘ bleibt fraglich, wenn erkennbare Anschlusshandlungen des Adressaten in der Kommunikation ausbleiben;
- zudem sind Meinen und Verstehen im massenmedialen Zeichenprozess – aufgrund unterschiedlicher Wissenshintergründe von Produzenten und Adressaten und fehlendem Abgleich – häufig stark asymmetrisch;
- vor allem aber lassen massenmediale Kommunikationsformen eine Interaktion mit Wechsel der Sprecher- bzw. Hörerrolle nicht zu: ‚Kommunikation‘ gelingt – aufgrund einer besonderen Operationsweise der Massen-

medien – unabhängig davon, ob und wie Rezipienten kommunikativ darauf reagieren (vgl. Luhmann 1996: 11ff.).

Allerdings sind diese vermeintlich exklusiven Merkmale massenmedialer Semiosen nicht auf derartige Kommunikationsformen beschränkt, man denke z.B. an die Einschränkung von Interaktionsmöglichkeiten im Fall von Vorträgen und Reden, an ‚Produktionskomplexität‘ „in von mehreren erbrachten Kommunikaten wie gemeinsamen Alltags-Erzählungen [...], ‚Mehrfachadressierung‘ in Alltagssituationen mit unterschiedlichen Beteiligungsrollen [...], ‚Textoffenheit‘ z.B. als Merkmal so genannter ‚double-bind‘-Kommunikation“, an die Verschleierung von Intentionen oder an Fälle, in denen der Hörer über das Gemeinte hinaus Schlüsse aus dem Verhalten des Kommunikationspartners zieht (vgl. ebd.) – dies alles ist auch für *direkte* politische Kommunikation durchaus typisch.

Auch wenn man vor diesem Hintergrund massenmediale Semiosen wie andere Grenzfälle unter dem Kommunikationsbegriff kategorisieren will, sind – im Blick auf das oben skizzierte Ideal diskursiver Verständigung – die besonderen Verhältnisse unübersehbar: Insofern eine Interaktion zwischen ‚Sendern‘ und ‚Empfängern‘ nicht stattfindet, sind die Produzenten darauf angewiesen, eine Instanz vorauszusetzen, die ihre Mitteilungen versteht (‚Recipient design‘ und ‚Annahmeunterstellung‘). Sie filtern Mitteilungen, bündeln sie zu thematischen Komplexen, führen die Themen fort, beenden sie, bringen neue Themen ins Spiel. Thematische Progression basiert in diesem Fall also nicht auf interaktiver Verständnissicherung, sondern darauf, dass die Produzenten selbst ihre Mitteilungen als Fälle gelungener Kommunikation erachten und im weiteren Handeln daran anschließen: „Jede Sendung verspricht eine weitere Sendung“ (Luhmann 1996, 26).

So ‚beobachten‘ die Massenmedien nicht nur die Realität, die sie in ihren Programmen konstruieren, sondern permanent auch sich selbst in diesem Prozess (‚Realitätsverdopplung‘): Die für die Massenmedien zentrale Unterscheidung zwischen ‚Information‘ und ‚Nicht-Information‘, also die Frage, was nach der Logik des Systems Beachtung verdient und was nicht, hängt wesentlich davon ab, inwieweit die Neuheiten an bereits durch die Massenmedien etablierte Diskurse anschließbar sind: „In der Wahrnehmung des Systems verwischt sich die Unterscheidung der Welt, wie sie ist, und der Welt, wie sie beobachtet wird“ (ebd.).

Schließlich scheinen mit dem Siegeszug der audiovisuellen Medien nicht nur „Schriftlichkeit und Schriftsprachkultur“ (von Polenz 1999, 514), sondern auch die Sprachlichkeit selbst – als *die* semiotische Grundlage des ‚idealen‘ politischen Diskurses – an Einfluss zu verlieren zugunsten von Körperlichkeit, (bewegten) Bildern und ganzheitlich-theatralen ‚Events‘ (Schicha 2003); so eine Annahme, die freilich der kritischen Überprüfung und Differenzierung bedarf (Holly 2005).

Alle Einwände gegen die massenmediale Politikvermittlung, von der ‚Boulevardisierung‘ über die ‚Selbstreferentialität‘ bis zur ‚Entsprachlichung‘, kulminieren in der Sorge, die politischen Institutionen würden durch eine Herrschaft des Mediensystems („Mediokratie“) entmachteter, die ‚Eigenlogik‘ der Politik durch eine ‚Eigenlogik‘ der Medien kolonialisiert, die ihrerseits im Zuge einer zunehmenden Kommerzialisierung nach ökonomischen Prinzipien umgestaltet würden. Auf der anderen Seite werden die Formate des ‚Politainments‘ als zeitgemäße, ‚postbürgerliche‘ Form der Politikvermittlung für breitere Bevölkerungskreise gewürdigt (vgl. die ausführliche Diskussion bei Bucher, in diesem Band). Auch bleibt, wie gezeigt wurde, bereits die ‚Eigenlogik der Politik‘ in der Praxis weit hinter dem ‚aristotelisch-kommunikativen‘ Bild ihrer selbst zurück. Wer nach einer Veränderung der kulturellen Grundlagen politischer Prozesse fragt, hat also allen Grund, sich vor idealisierenden Mythen, falschen Vergleichen und vorschnellen Urteilen in Acht zu nehmen und weitere theoretische Reflexionen und empirische Studien abzuwarten.

Der vorliegende Band greift diesen aktuellen Diskurs der politischen Kulturforschung aus einer dezidiert sprachwissenschaftlichen Perspektive auf. Im Mittelpunkt der empirischen Beiträge steht die Frage, wie derart komplexe und widersprüchliche *institutionelle* Konstellationen in der *sprachlichen Praxis* (re-)produziert werden, und welche Rückschlüsse daraus im Blick auf die institutionellen Ordnungen gezogen werden können:

- In welchen *sprachlichen Praktiken* und *Handlungsmustern* manifestieren sich die ‚Eigenlogiken‘ der Politik und der (kommerzialiserten) Massenmedien, in welchen Gattungen werden sie miteinander vermittelt und wie schlagen sich derartige hybride Formate in den Repräsentationen politischer Sachverhalte und in den Identitäten der Beteiligten nieder (Fairclough 2003)?
- Wie werden in *Kommunikations-* und *Interaktionsprozessen* des institutionellen Alltags ‚politische‘ Bedeutungen stilistisch-rhetorisch konstituiert, wie werden sie lebensweltlich angeeignet (Holly, Püschel & Bergmann 2001, Klemm 2007)? Inwieweit tragen die Handelnden Rollenkonflikte in der Kommunikation ‚eigensinnig‘ aus, inwieweit konkurrieren sie als Repräsentanten verschiedener ‚Handlungslogiken‘ und ‚Perspektiven‘ in diskursiven Aushandlungsprozessen miteinander?
- Wie werden kollektive *Orientierungsmuster* der Politik – Topoi, Metaphern, Leitbilder usw. (Geideck & Liebert 2003) – in der öffentlichen Kommunikation mit den Mitteln der Sprache im Zusammenspiel mit anderen Zeichensystemen konstruiert, wie greifen die verschiedenen Codes in der Produktion und Rezeption politischer Medienprogramme funktional und strukturell ineinander? Inwieweit zielen sie – im Sinne einer ‚gouver-

nementalen' Regulation von Identitäten (Lemke u.a. 2000) – mit kulturellen Mitteln auf die politische Kontrolle ihrer Adressaten, inwieweit weisen sie auf ‚nicht-zirkulationsfähige Elemente‘, mit denen bestimmte Perspektiven und Aspekte aus dem Bereich des rational-politisch Verhandlbaren ausgeschlossen werden sollen (Fairclough 2003)?

Ausgehend von diesen Kernfragen gliedert sich der vorliegende Band in vier Perspektiven auf. Zunächst trägt Hans Jürgen Bucher am Beispiel von TV-Duellen der letzten beiden Bundestagswahlkämpfe neben einem systematischen Problemaufriss und Literaturbericht wesentliche empirische Erkenntnisse zum Fragekomplex ‚Mediokratie vs. Infotainment‘ bei und skizziert, welche teilweise divergierenden, teilweise konvergierenden Strategien die verschiedenen Akteure der massenmedialen Politikdarstellung verfolgen. Auch die übrigen Beiträge des ersten Kapitels fragen – in der Tradition des ethnomethodologischen *Doing*-Konzepts (vgl. Sacks 1984) – danach, wie Sachverhalte der ‚großen‘ Politik (die Konstitution und Auflösung eines Staates, eine gesellschaftliche ‚Kontroverse‘) zuallererst mit sprachlichen Mitteln durch die Beteiligten auf der Mikroebene hergestellt werden. Damit ist zugleich die grundlegende Frage aufgeworfen, worin sich das eigentlich ‚Politische‘ der ‚politischen Kommunikation‘ sprachlich manifestiert, wie es im Einzelnen *empirisch* zu fassen ist. Im Sinne einer analytischen „Verflüssigung“ politischer Ordnung stehen dabei neben Gelingensbedingungen von politischen Sprechakten (Fritz Hermanns) auch deren phänomenale Verkörperungsbedingungen (Heiko Hausendorf) im Mittelpunkt der Untersuchungen.

Mit welchen diskursiven Strategien werden politische *Positionen* öffentlichkeitswirksam repräsentiert und zugleich – durch Inszenierung rationaler, partizipativer Konsensbildung – im Verfahren legitimiert? Das Repertoire reicht von rationaler Argumentation und strategischer Begriffs- und Benennungsbildung über moralisierende Fallgeschichten und neutralisierende Statistiken bis zur offensiven Imagewerbung in eigener Sache oder auch zur „Skandalisierung“ des politischen Gegners. Wie also werden – je nach historischem Kontext und ideologischem Standpunkt – die in der ‚Eigenlogik der Politik‘ miteinander verschränkten ‚aristotelischen‘ und ‚machiavellistischen‘ Handlungskomponenten in stilistisch-rhetorischen Gestaltungsmustern und medialen Kommunikationsformen miteinander vermittelt? Untersucht werden diese Fragen im zweiten Kapitel an verschiedenartigen Phänomenen: den Grundzügen fundamentalistischer Diskurse am Beispiel von religiösen Flugschriften des 16. Jahrhunderts (Johannes Schwitalla), der massenmedial vermittelten Besetzung und Aushandlung von brisanten Schlagwörtern des politischen Diskurses (Clemens Knobloch; Josef Klein) und multimodaler Selbstdarstellungsstrategien im Internet (Michael Klemm).

Im Mittelpunkt des dritten Kapitels steht die Frage, wie die ‚Eigenlogiken‘ der institutionellen Systeme (Politik, Medien, Ökonomie) mit den ‚Lebens-

welten' und der sprachlichen ‚Common sense-Kompetenz‘ (Feilke 1994) des Publikums vermittelt, wie also – politisch betrachtet – die Beherrschten symbolisch für die „Mitarbeit“ am jeweiligen Herrschaftssystem gewonnen werden (Gramsci 1994). Dabei geht es zum einen um die strategische und persuasive Gestaltung der Produkte in Journalismus (Ulrich Schmitz) und interner Unternehmenskommunikation (Stephan Habscheid & Ronald Hartz), auch mit Blick auf diskursive Widersprüche und Spannungsfelder. Zum anderen geht es um die ‚eigensinnige‘ Aneignungspraxis in den soziokulturellen Kontexten der authentischen Rezipienten (Rainer Winter). Aufschlüsse in beiderlei Hinsicht erlauben Leserbriefe (Ulla Fix) und Hörerbeiträge im Radio (Heike Baldauf), insofern sie einerseits Teil der medialen Inszenierungen sind, andererseits – nicht zuletzt auch in sprachlicher Hinsicht – deutliche ‚Spuren‘ von Alltagsaneignung und Mikropolitik aufweisen.

Welche Kontinuitäten und Veränderungen der politischen Kommunikation gingen und gehen auf längere Sicht mit historischem Wandel einher, als Textsorten- und Stilwandel in alten, als Trägheitsphänomene in neuen technischen Medien (Holly / Biere 1996)? Ist die Zeitung von heute in dieser Hinsicht mit ihren historischen Ahnen vergleichbar, welche Rolle spielen materiale Bilder? Entstehen derzeit im Netz neue politische Aktions- und Interaktionsformen von globaler Erstreckung, die herkömmliche Strukturen der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung eines Tages wirkungsmächtig unterlaufen könnten (vgl. Fraas / Klemm 2005)? Oder werden – wie schon früher in der Mediengeschichte – in einem Prozess der Ausdifferenzierung strukturelle Schwächen der alten durch ergänzende, neue Medien kompensiert, die ihrerseits unvollkommen sind, so dass die alten Medien daneben erhalten bleiben und die neuen durch noch neuere ergänzt werden (vgl. Holly 1997; zum Internet Habscheid 2004)? – Diese Fragen werden im vierten Kapitel behandelt, am Beispiel von Zeitungskommunikation (Ulrich Püschel), Boulevardisierungsformen im Fernsehen (Andreas Monz) und den neuen Internetkommunikationsformen Website (Ulrike H. Meinhof) und Weblog (Christine Domke).

Der Band vereint somit unterschiedliche Perspektiven auf den politischen Kommunikationsprozess (Produktionsstrategien, Produktaspekte, Rezeptions- und Aneignungsformen), er fokussiert verschiedene Akteure des politischen Sprachspiels (Politiker – Journalisten – Manager – Mediennutzer – Wähler – Bürger) in ihrem individuellen Handeln wie ihrer Kooperation und Konfrontation. Der gemeinsame Fluchtpunkt der Beiträge liegt darin, politische Kommunikation und mediale Strukturen stets in wechselseitiger Beeinflussung zu betrachten. Und da sich politischer Sprachgebrauch und (massen)mediale Strukturen in einem permanenten Transformations- und Austarierungsprozess befinden, steht die Medienlinguistik auch zukünftig in einem ebenso spannenden wie herausfordernden Forschungsfeld. Auch wenn man nach der Lek-

türe des vorliegenden Bandes der typischen politischen Äußerung, ob in den Massenmedien oder andernorts, lieber nicht naiv trauen sollte, langweilig ist sie – um das eingangs zitierte Dementi wieder aufzunehmen – jedenfalls nie!

Für die wohlwollende Prüfung und gründliche Kommentierung des Manuskripts danken wir Herrn Armin Burkhardt und den Herausgebern der Reihe Germanistische Linguistik, für die sorgfältige verlegerische Betreuung Frau Brigitta Zeller-Ebert und dem Haus Niemeyer. Gedenken wollen wir Fritz Hermanns, der während der Arbeiten an diesem Band viel zu früh verstorben ist.

Literatur

- Burkhardt, Armin/ Kornelia Pape (Hgg.) (2000): Sprache des deutschen Parlamentarismus. Studien zu 150 Jahren parlamentarischer Kommunikation. – Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. – Frankfurt/ M.: Suhrkamp.
- Erdl, Marc Fabian/ Clemens Knobloch (Hgg.) (2004): Wissenschaft – gesellschaftliches Wissen – öffentliche Aufmerksamkeit. Heft 4/2004 von SOWI – Das Journal für Geschichte, Politik, Wirtschaft und Kultur.
- Fairclough, Norman (2003): Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research. – London, New York: Routledge.
- Feilke, Helmut (1994): Common sense-Kompetenz. Überlegungen zu einer Theorie „sympathischen“ und „natürlichen“ Meinens und Verstehens. – Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Fraas, Claudia/ Michael Klemm (2005) (Hgg.): Mediendiskurse. Bestandsaufnahme und Perspektiven. Frankfurt u.a.: Lang.
- Geideck, Susan/ Wolf-Andreas Liebert (Hgg.) (2003): Sinnformeln. Linguistische und soziologische Analysen von Leitbildern, Metaphern und anderen kollektiven Orientierungsmustern. – Berlin: de Gruyter.
- Gramsci, Antonio (1994): Gefängnishefte, Band 6, Philosophie der Praxis (10. und 11. Heft). – Hamburg und Berlin: Argument-Verlag.
- Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bde. – Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Habscheid, Stephan (2005): Das Internet – ein Massenmedium? – In: Jens Runkehl / Peter Schlobinski / Torsten Siever (Hgg.): Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet. 46-66. – Berlin, New York: de Gruyter.
- Holly, Werner (1990): Politikersprache. Inszenierungen und Rollenkonflikte im informellen Sprachhandeln eines Bundestagsabgeordneten. Berlin/ New York: de Gruyter.
- (1996): Mannheimer Thesen zur „Boulevardisierung“ in Zeitung und Fernsehen. – In: Sprachreport 3, 10f.
- (1997): Zur Rolle von Sprache in Medien. – In Muttersprache (1997), 64-75.

- (2005): Audiovisualität und Politikvermittlung in der Demokratie. – In: Jörg Kilian (Hg.): Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat. 278-293. – Mannheim u.a.: Dudenverlag.
- (i.V.): Tabloidisation of Political Communication in the Public Sphere. – In: Ruth Wodak/ Veronika Koller (Hgg.): Handbook of Applied Linguistics, vol. 4: Language and Communication in the Public Sphere. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- / Bernd Ulrich Biere (1997): Medien im Wandel. Neues in alten, Altes in neuen Medien. – Opladen: Westdeutscher Verlag.
- / Ulrich Püschel/ Jörg Bergmann (2001) (Hgg.): Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen sprachlich aneignen. – Opladen: Westdeutscher Verlag.
- / Stephan Habscheid (2001): Gattungen als soziale Muster der Fernsehkommunikation. Zur Vermittlung von Massen- und Individualkommunikation. In: Tilmann Sutter / Michael Charlton (Hgg.) (2001). Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln. 214-233. – Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ingendaay, Paul (2006): Überall Blut in der spanischen Kritik. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 26. Oktober 2006, 46.
- Klemm, Michael (2007): Die feinen Nadelstiche des Vergnügens. Fallstudien zur „widerständigen Medienaneignung“. – In: ders. / Eva-Maria Jakobs (Hgg.): Das Vergnügen in und an den Medien. Interdisziplinäre Perspektiven. 249-270. – Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- Lemke, Thomas / Susanne Krasmann / Ulrich Bröckling (2000): Gouvernamentalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. – In: Ulrich Bröckling / Susanne Krasmann / Thomas Lemke (Hgg.): Gouvernamentalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. 7-40. – Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1996). Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. – Opladen: Westdeutscher Verlag.
- (2001): Legitimation durch Verfahren. – Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Polenz, Peter von (1999): Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. Band III: 19. und 20. Jahrhundert. – Berlin, New York: de Gruyter.
- Sacks, Harvey (1984): On doing „being ordinary“. – In: J. Maxwell Atkinson / John Heritage (Hgg.). Structures of social action: Studies in conversation analysis. 413-429. – Cambridge: Cambridge University Press.
- Schicha, Christian (2003): Die Theatralität der politischen Kommunikation. Medieninszenierungen am Beispiel des Bundestagswahlkampfes 2002. – Münster: Lit.
- Willems, Herbert (2002): Vom Handlungstyp zur Weltkultur. Ein Blick auf Formen und Entwicklungen der Werbung. – In: Herbert Willems (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. 55-99. – Opladen: Westdeutscher Verlag.

Doing Politics: Wie Politik sprachlich hergestellt wird

Hans-Jürgen Bucher

Logik der Politik – Logik der Medien

Zur interaktionalen Rhetorik der politischen Kommunikation in den TV-Duellen der Bundestagswahlkämpfe 2002 und 2005

1. Symbolische Politik und Medienrealität: Mediokratie oder *Politainment*?

Noch 1969 konnte der damalige Bundeskanzler Kurt Georg Kiesinger eine Einladung zur Sendung „Journalisten fragen – Politiker antworten“ an die Vorsitzenden der im Bundestag vertretenen Parteien folgendermaßen kommentieren: „Es steht einem Kanzler der Bundesrepublik nicht gut an, sich auf ein Stühlchen zu setzen und zu warten, bis ihm das Wort erteilt wird“ (zitiert nach Klein 1990: 12). In letzter Minute entschloss sich Kiesinger dann doch teilzunehmen – die Öffentlichkeit hatte kritisch auf seine Weigerung reagiert. Nach rund 40 Jahren Wahlkampf im Fernsehen ist es nahezu unvorstellbar, dass einem deutschen Politiker oder einer deutschen Politikerin eine Äußerung wie diejenige von Kiesinger über die Lippen kommt. Es sind allerhöchstens politisch-strategische Überlegungen, nach denen über mehr oder weniger Fernsehpräsenz entschieden wird. Im Normalfall ist es für Politiker (die Politikerinnen sind künftig immer eingeschlossen) zur Selbstverständlichkeit geworden, die Wähler auch als Fernsehpublikum wahrzunehmen.

Diese mediale Transformation der Politikvermittlung wird deutlich, wenn man der Äußerung Kiesingers eine andere Politikerstellungnahme aus dem Jahre 2003 gegenüberstellt: Bevor er wie gewohnt schneidig die Frage der Moderatorin Sabine Christiansen beantwortete, wollte der als CDU-Finanzexperte geladene Friedrich Merz unbedingt etwas los werden: „Mir liegt es zunächst am Herzen – Sie haben ja heute ihre 250. Sendung – Ihnen zu gratulieren. Sie haben ja großen Erfolg in Deutschland. Diese Sendung bestimmt die politische Agenda in Deutschland mittlerweile mehr als der Deutsche Bundestag“ (Merz in Sabine Christiansen, 30.06.03). Die Fernsehdebatte, so die Schlussfolgerung aus dieser Äußerung, ist inzwischen wichtiger geworden als die Parlamentsdebatte, sich „auf ein Stühlchen zu setzen und zu warten, bis einem das Wort erteilt wird“ attraktiver, als das Sitzen im Plenarsaal des deutschen Bundestages. Die themensetzende

Priorität der Politik ist aus der Sicht von Politikern wie Friedrich Merz bereits auf das Fernsehen übergegangen. Die „Talkshowisierung“ der Politik (vgl. dazu: Sarcinelli/Tenscher 1998) ist offensichtlich bereits fester Bestandteil der Selbstwahrnehmung deutscher Politiker geworden. Welche Rückwirkungen das auf das politische Handeln selbst hat, ist wohl nie deutlicher formuliert worden, als in einer Rede des saarländischen Ministerpräsidenten Peter Müller, die dieser interessanterweise im Staatstheater von Saarbrücken am 25. März 2002 gehalten hat. Die Union hatte zwei Tage zuvor mit hoher emotionaler Entrüstung und lautem Geschrei auf die Abstimmung im Bundesrat über das Zuwanderungsgesetz reagiert, bei der aus ihrer Sicht der Bundesratspräsident verfassungswidrig gehandelt hatte. Wie Müller bei seinem Auftritt nachträglich einräumte, war die Empörung der CDU-CSU-Ministerpräsidenten tatsächlich eine Form von Staatstheater – inszeniert für die Medien:

Die dort geäußerte Empörung hinsichtlich der Feststellung des Bundesratspräsidenten entstand nicht spontan. Die Empörung haben wir verabredet. Und ich sage, das war Theater, aber es war legitimes Theater. [...]. Als wir hörten, allerdings in der Nacht vorher, dass die Absicht besteht, eine Entscheidung für gültig zu erklären [nämlich das Abstimmungsverhalten des Landes Brandenburg, dessen Ministerpräsident und Innenminister zwei unterschiedliche Voten abgegeben hatten, HJB] [...] gab es Empörung. Das war ehrliche Empörung. Diese Empörung muss mitgeteilt werden. Das war in einem kleinen Zimmerchen in einer großen Parteizentrale, da war kein Journalist dabei. Also müssen sie diese Empörung dokumentieren. Das haben wir dann gemacht. Und da kann man natürlich sagen, das ist Theater. Aber es ist ein Theater, das in einer Kommunikationsgesellschaft wie der unsrigen unverzichtbar ist, um auf Sachverhalte hinzuweisen und die notwendige Aufmerksamkeit für diese Sachverhalte zu gestalten. (Peter Müller am 25. März 2002 im Deutschlandradio, zitiert nach Saarbrücker Zeitung, 30.03.02)

Politiker *müssen* also offensichtlich Theater spielen, Politik muss inszeniert und damit zur „symbolischen Politik“ (Edelman 1976) werden, damit die politischen Botschaften über die Medien, insbesondere das Fernsehen, die Bürger und Wähler erreicht. Als Gatekeeper entscheiden die Journalisten, welche Ereignisse und Themen Eingang in die Politikberichterstattung finden, welche Politiker in Talkshows zu Wort kommen und welche Positionen dort vertreten sind. Ohne ein Zusammenspiel zwischen Medien und Politik, zwischen Journalisten und Politikern ist diese Vermittlungsleistung in einer Mediengesellschaft nicht mehr realisierbar. Aus einer kritischen Perspektive stellt sich allerdings die Frage, ob und inwiefern diese beiden unterschiedlichen Logiken, die „Logik der Politik“ und die „Logik der Medien“ überhaupt miteinander verträglich sind. Die Skeptiker befürchten eine „Kolonialisierung der Politik durch die Medien“ (Meyer 2001), eine „Spirale der politischen Sinnentleerung“ (ebd.: 203) oder einen „Theaterstaat neuen Typs“ (208), in dem „die

Macht des Mediensystems zur Prägung der politischen Kultur offenkundig bei weitem den Einfluss der politischen Kultur auf die Praxis des Mediensystems (übertrifft)“ (ebd.: 205).

Den Kritikern an dieser „Mediokratie“ (Meyer 2001) stehen diejenigen gegenüber, die in der Entertainmentisierung der Politik eine „rationale Strategie der Aufmerksamkeitsgewinnung“ sehen (Holtz-Bacha 2000: 165). In einer „Erlebnisgesellschaft“, die gekennzeichnet ist von starker Politikabstinenz, einer tendenziellen Entideologisierung politischer Entscheidungen und einer zunehmenden Unterhaltungsorientierung in der Mediennutzung, müssen politische Themen auch in so genannten „Unterhaltungsöffentlichkeiten“ als „Politainment“ (Dörner 1999: 22-25; 2001) präsent sein: Es „ist offensichtlich, dass die populäre Medienkultur mit ihren Unterhaltungsformaten ein Potential an politischer Kommunikation bietet, das vor allem hinsichtlich der Erreichbarkeit des Publikums und der emotionalen Intensität der Medienrezeption konkurrenzlos erscheint“ (ebd.: 24).

Die hohen Einschaltquoten der TV-Duelle, die in Deutschland erstmals im Bundestagswahlkampf 2002 und dann auch 2005 als Fernseh-Format eingesetzt wurden, belegen diese Hypothese. Jeweils mehr als 15 Millionen Zuschauer verfolgten 2002 die beiden TV-Duelle zwischen Bundeskanzler Gerhard Schröder und seinem Herausforderer Edmund Stoiber, was rund 45 Prozent der Zuschauer bedeutet. Beide Sendungen erreichten damit mehr Zuschauer als jede andere Sendung zur Wahl und zogen gleich mit der Reichweite des Endspiels zur Fußball-Weltmeisterschaft 2002 zwischen Deutschland und Brasilien – weit vor den Einschaltquoten der populärsten Samstagabendsendung „Wetten dass...“. Das einzige TV-Duell des vorgezogenen Bundestagswahlkampfes 2005 zwischen Gerhard Schröder und der Kanzlerkandidatin der Unionsparteien, Angela Merkel, erreichte sogar insgesamt 21 Millionen Zuschauer, was einen Marktanteil von rund 55 Prozent der Zuschauer über 14 Jahren ausmacht (Dehm 2005: 628). Die Steigerung der Reichweite gegenüber den TV-Duellen aus dem Jahre 2002 ist – neben der Tatsache, dass es nur ein Duell gab – auch darauf zurückzuführen, dass dieses Duell auf vier Kanälen – dem Ersten Deutschen Fernsehen, dem ZDF, RTL und SAT.1 – gleichzeitig ausgestrahlt wurde, mit allerdings unterschiedlichen Reichweiten zwischen 9,7 Millionen (ARD) und 1,43 Millionen bei SAT.1.

Man kann in den TV-Duellen, die in Deutschland erstmals im Bundestagswahlkampf 2002 als Fernseh-Format eingesetzt wurden, einen Paradeffall für den Konflikt zwischen der Logik der Politik und der Logik der Medien sehen. Die beiden Akteurstypen, Politiker und Journalisten, treffen unmittelbar aufeinander, und zwar in einem Format, das zuvor von beiden Seiten ausgehandelt wurde. Die TV-Duelle sind insofern ein Paradigma für die Integration einer Makroperspektive, die den Zusammenhang von Politik und Medien als Relation zwischen zwei unabhängigen gesellschaftlichen Systemen be-

trachtet, und einer Mikroperspektive, die die TV-Duelle als ein Zusammenspiel journalistischen und politischen Handelns sieht. Die makrotheoretische Frage, ob es sich bei diesem Fernsehformat um eine Talkshowisierung der Politik oder um eine Revitalisierung politischer Öffentlichkeit handelt, ist auf der Mikroebene eine empirische Frage, die über eine Sendungsanalyse beantwortbar wird. Die folgende Analyse der TV-Duelle greift diese Fragestellung in einer synchronen und in einer diachronen Weise auf: Es werden einerseits die Kommunikationsstrukturen der bislang ausgestrahlten drei TV-Duelle aus Bundestagswahlkämpfen verglichen, die TV-Duelle aus den diversen Landtagswahlkämpfen bleiben unberücksichtigt. Andererseits werden die Strategien der verschiedenen Politiker und Journalisten innerhalb einzelner TV-Duelle einer vergleichenden Analyse unterzogen. Die methodologische Frage, was eine Analyse der Handlungsweisen und der Kommunikationsstrukturen für die Analyse der systemischen Strukturen des Zusammenhangs von Politik und Medien zu leisten vermag, wird am Schluss nochmals aufgegriffen.

2. Zwei konträre Handlungslogiken: die journalistische und die politische

TV-Duelle der Spitzenkandidaten sind Medienereignisse der ganz besonderen Art. Es handelt sich weder um eine Live-Übertragung von Ereignissen, die außerhalb eines Medienkontextes stattfinden, wie das beispielsweise der Fall wäre, wenn eine Institution die Debatte veranstaltet und das Fernsehen sie überträgt. Noch handelt es sich um eine Fernsehsendung mit bestimmtem Format, die regelmäßig stattfindet und in die Politiker eingeladen werden. Im ersten Fall bestimmt der Veranstalter die Form der Kommunikation, im zweiten Fall wird sie durch das einladende Medium – hier das entsprechende Fernsehprogramm – festgelegt. TV-Duelle sind dagegen bereits vom Format her gesehen kollaborative Veranstaltungen („Hervorbringungen“) zwischen Politikern, Journalisten und Fernsehanstalten, in denen die Kommunikationsbedingungen für beide Akteurstypen ausgehandelt und festgelegt werden. Die überlieferten Drohungen von Politikern, TV-Duelle platzen zu lassen, ihr Einfluss auf die kommunikativen Abläufe, auf die Kameraführung, auf Anzahl und Datum der veranstalteten TV-Duelle machen deutlich, dass ohne Einwilligung von Seiten der Politik diese Sendungen nicht stattfinden könnten. Andererseits sind aber auch die Journalisten und die Fernsehanstalten konstitutive Akteure dieses Ereignistyps, da nur durch ihre Mitwirkung die Darstellungskommunikation der Politiker möglich wird und somit ein Medienereig-

nis entstehen kann. Auch das Bundesverfassungsgericht hat in der Ablehnung der Klage von Guido Westerwelle gegen den Ausschluss der Kandidaten kleinerer Parteien aus dem TV-Duell auf den publizistischen Charakter der Sendung verwiesen: Es handele sich um „redaktionell gestaltete Sendungen“, zu denen die Sender einladen können, wen sie wollen. Die kritischen Einordnungen der TV-Duelle als „Medien-Events“ (Bucher 2004; Klein 2005), als „mediale Inszenierung“, die mit dem politischen System der Bundesrepublik inkompatibel ist (Donsbach 2002), nehmen auf diesen kollaborativen Charakter der Sendung Bezug.

Für eine differenzierte Analyse des Verhältnisses von Medien und Politik hat von Beyme (1994: 322-324) ein Interaktions-Kontinuum vorgeschlagen, das von der investigativen Recherche mit hohem journalistischem Einfluss bis zur Wahlkampfinszenierung reicht, bei der ausschließlich die politischen Parteien die Kommunikationsverläufe bestimmen. TV-Duelle liegen in diesem Kontinuum genau in der Mitte: Sie sind ein Produkt, für dessen Zustandekommen beide Systeme gleichermaßen konstitutiv sind. Insofern bestimmen beide Handlungslogiken, die journalistische und die politische, die Kommunikationsstruktur und den Sendungsverlauf der TV-Duelle.

Die beiden Handlungslogiken verhalten sich dabei sowohl kompetitiv als auch komplementär. So reagieren die Politiker zwar auf die Fragen der Journalisten oder auf die Behauptungen des politischen Debattenkontrahenten, ihre eigentlichen Adressaten sind aber die Zuschauer. Antworten an die Journalisten, Argumente und Einwände gegenüber dem politischen Diskussionspartner sollen nicht die vermeintlichen Adressaten zufrieden stellen, informieren oder gar überzeugen, sondern die Zuschauer. Politiker in den TV-Duellen interagieren deshalb gleichzeitig mit den im Studio Anwesenden und den Fernsehzuschauern, ihre Äußerungen sind mehrfach adressiert und polyfunktional. Sie folgen der Logik des politischen Handelns und antizipieren dabei die Logik des Journalismus. Sie müssen dafür Sorge tragen, dass ihre Äußerungen nicht als Wahlwerbung, sondern als Antworten auf Journalistenfragen oder als Debattenbeiträge verstanden werden können.

Dieses doppelte Verhältnis der beiden Logiken, sowohl kompetitiv als auch komplementär zu sein, bestimmt zum großen Teil die Dynamik aller Politikergespräche im Fernsehen. Die Besonderheit der TV-Duelle besteht allerdings darin, dass der vorab zwischen Politikern und Journalisten vereinbarte Regelkomplex, für ein komplementäres Verhältnis der beiden Logiken sorgt und riskante, kompetitive Sendungsverläufe verhindern soll. Dass die Befriedung der beiden Logiken keineswegs unproblematisch ist, zeigt die öffentliche Kritik am neuen Format der TV-Duelle, die insbesondere für die erste Auflage Harmlosigkeit und Langeweile konstatiert. Die Schwierigkeit, eine journalistische Logik durchzusetzen, ist allerdings strukturell im Format verankert, wie die Einschätzung von Sabine Christiansen zeigt: Auf die Frage in

der Nachbereitung der Sendung, ob es schwer gewesen sei, sich gegen die Politiker durchzusetzen, antwortet sie:

Christiansen: Es ist gar nicht so schwer sich gegen beide durchzusetzen, sondern es ist einfach schwer, sich gegen Wahlkampfparolen durchzusetzen. Es ist ja so, dass die beiden natürlich ein Interesse daran haben, den Wähler direkt anzusprechen, ihrer Klientel klar zu machen, warum dies oder das so oder so sein muss. Und wir sind natürlich an ehrlicheren Antworten interessiert, die man – man weiß es – immer erst nach der Wahl bekommt ... also da bleiben zu viele Antworten im Vagen, als dass man als Journalist immer damit zufrieden wäre. (In: „Sabine Christiansen“ 08.09.02, ARD).

Aus der Perspektive der Journalistin ist hier das Dilemma formuliert, konfligierende parteipolitische und mediale Prinzipien auszugleichen – also eine Balance zwischen der Logik der politischen Kommunikation und der Logik der Medienkommunikation zu finden.

Die folgende Tabelle, die die Handlungsdimension der beiden Logiken darstellt, orientiert sich für die beiden Akteurstypen jeweils am extremen Pol des Interaktionskontinuums, wie es von Beyme entwickelt hat: Die Logik des politischen Handelns orientiert sich in allen Dimensionen am maximalen Effekt der Wahlwerbung und Mobilisierung, die Logik des journalistischen Handelns an der Informations-, Thematisierungs- und Analysefunktion des Journalismus, wobei diese Funktionen nicht unabhängig von den Bedingungen des Medienmarktes zu sehen sind, denen Journalismus unterworfen ist.

Tab. 1: Handlungsdimensionen der Logik der Politik und der Logik des Journalismus

	Logik der Politik	Logik des Journalismus
Funktion/ Intention	Werben, Mobilisieren, Überzeugen, Festlegungen vermeiden	Informieren, Kritisieren, Hinterfragen, Festlegungen provozieren, Quoten erzielen
Themenpräferenz	Profilierungsthemen	Öffentlich-relevante Themen
Kommunikationsprinzipien	Ausgewogenheit, Neutralität, Kontrollierbarkeit, Nützlichkeit, Parteilichkeit, Wirksamkeit, Demontierbarkeit, Vagheit	Informativität, Relevanz, Wahrhaftigkeit, Unterhaltsamkeit, Verständlichkeit, Neutralität, Anwaltschaftlichkeit, Aktualität
Handlungsmuster	Argumentieren, Ausweichen, das Wort erstreiten und behalten, Verharmlosen, Übertreiben, sich loben, sich verteidigen, den Kontrahenten angreifen	Fragen, Nachfragen, Bewerten, Moderieren, Steuern, das Wort erteilen und entziehen

Die Unverträglichkeiten, die Dialogdilemmata (Bucher 1994: 486-488; Bucher 2004: 291-294) zwischen den beiden Logiken sind auf jeder Ebene erkennbar: Die Intentionen der Politiker, für sich und ihre Partei zu werben, sind unverträglich mit den journalistischen Absichten, politische Positionen kritisch zu hinterfragen, sie mit Kritik an ihren Positionen zu konfrontieren und von den Politikern genaue und verbindliche Antworten auch zu umstrittenen Problemstellungen zu erhalten. Die Kommunikationsprinzipien der Politiker, etwa möglichst vage zu bleiben und sich nicht festzulegen, möglichst einseitig die Position der eigenen Partei zu vertreten, keine Widersprüche zu früheren Äußerungen oder zu Äußerungen aus der eigenen Partei erkennen zu lassen, konfliktieren deutlich mit den journalistischen Prinzipien der Genauigkeit, der Relevanz, der Informativität und auch der Unterhaltsamkeit. Die Profilierungsthemen der Politiker müssen nicht identisch sein mit den Themen, die von journalistischer Seite für relevant gehalten werden. Das Thema Arbeitslosigkeit, das Stoiber im ersten TV-Duell an jeder Stelle anzusprechen versuchte, ist ein Beispiel für einen solchen Themenkonflikt (siehe Abschnitt 3.3.2).

Der Konflikt zwischen den beiden Logiken, aber auch der interdependente Charakter der TV-Duelle als kollaboratives Arrangement zwischen Politik und Journalismus, drückt sich deutlich im Regelwerk für die TV-Duelle aus, auf das sich die Medienanstalten und die Parteimanager geeinigt hatten: Man kann dieses Regelwerk insofern als einen Versuch verstehen, die beiden Logiken durch Absprachen zu befrieden. Die publizistische Logik hat Eingang gefunden in die verschiedenen Zeitbegrenzungsregeln, die Nachfragerregel und die Gliederung der Debatte nach Themenbereichen. Dass die Fragen den beiden Diskutanten nicht bekannt gegeben wurden, ist ebenfalls auf ein journalistisches Prinzip zurückzuführen: die Sendung soll nicht abgesprochen wirken, sondern authentisch sein und Neuigkeiten bereithalten. Das Sicherheitsbedürfnis der Politiker wird hier dem Überraschungswert der Sendung untergeordnet. Die Logik der Politik kommt deutlich in der strikten Gleichbehandlung der beiden Politiker zum Ausdruck: Nicht die journalistischen Werte der Informativität, Relevanz und Aktualität werden hier für die Selektion der Gesprächsaussagen verwendet, sondern die Ausgewogenheit und die Gleichbehandlung. Auch die Regel, dass die Politiker sich nicht gegenseitig befragen können, ist aus journalistischer Sicht kontraproduktiv, da genau hier ein Spannungsmoment für den Zuschauer liegen könnte. Hier wird, gerade gegenteilig zum Falle des Absprache-Verbots, das journalistische Prinzip der Attraktivität dem Sicherheitsbedürfnis und dem Prinzip der Ausgewogenheit untergeordnet. Der Gefahr, dass die Sendung kommunikativ eskaliert, wie es die dem *Confrontainment* zugeordneten Sendungen wie „Der heiße Stuhl“ oder auch bestimmte Nachmittagstalkshows geradezu provozieren, soll hier von vornherein begegnet werden. Dass das TV-Duell des Wahlkampfes 2005

in allen Umfragen positiver beurteilt wurde als die Duelle aus dem Jahre 2002, liegt daran, dass dieses Dialogverbot zwischen den Politikern aufgebrochen wurde. Die teils heftige Kritik am Regelwerk für die Duelle des Jahres 2002 macht deutlich, dass hier die zentrale Ursache für den teilweise starren und langweiligen Sendungsverlauf gesehen wurde.

Die Aufweichung des Verbots des Dialogs zwischen den Kontrahenten und die Einigung der Medien- und der Politikvertreter, „dass das Duell möglichst lebendig und spontan verlaufen soll“ (ard.de, 04.08.05), hat dazu geführt, dass das TV-Duell des Bundeswahlkampfes 2005 tatsächlich diesen von vielen Kritikern vermissten Diskurs- und Streitcharakter hatte. Wie diese Transformation einer auf Befragung ausgerichteten Sendung in eine kontroverse Debatte kommunikativ organisiert wird, soll im Folgenden in zwei Schritten gezeigt werden: Es werden zunächst die journalistischen Strategien beschrieben, mit denen Debatten unterbunden oder gefördert werden und mit denen Debatten wieder in ein geregeltes Befragungsformat zurückgeführt werden. In einem zweiten Schritt werden dann die Strategien der Politiker analysiert, mit denen sie im Sendeformat TV-Duell Debatten herbeiführen können.

3. Das TV-Duell als kommunikativer Transformationsprozess: Von der Befragung zur Debatte

3.1 Zur Dialogdynamik in TV-Duellen

Verschiedene Analysen so genannter TV-Duelle aus Wahlkämpfen in Ländern wie den USA, Italien, Deutschland, Israel oder Australien kommen zu dem Schluss, dass es sich vielfach gar nicht um Debatten handelt, sondern um eine Art „doppelte Pressekonferenz“ oder „doppelte Interviews“. (Benoit/Hansen 2001: 131; Ward/Walsch 2000: 62f.; Blum-Kulka/Liebes 2000: 74f.). Beklagt werden die fehlende Dialogizität zwischen den teilnehmenden Politikern und die Fokussierung der Kommunikation auf Frage-Antwort-Sequenzen zwischen den Moderatoren und den Politikern. Entscheidend für die Art der Begrenzung der Kommunikationsverläufe sind die vorher festgelegten Kommunikationsregeln, wie ein Vergleich mit TV-Duellen in anderen Ländern zeigt. Im TV-Duell zwischen Netanyahu und Peres während des israelischen Wahlkampfes von 1996 um den Posten des Premierministers war immerhin jeweils eine Frage an den Kontrahenten erlaubt (Blum-Kulka/Liebes 2000: 74). Das Format, nach dem im Präsidentschaftswahlkampf 1992 in den USA der damalige Vizepräsident Dan Quayle und sein Herausforderer Senator Al Gore aufeinander trafen, sah explizit je Frage eine

fünfminütige Diskussion zwischen den Kandidaten vor, was den Sendungsverlauf entscheidend dynamisierte und zu einem regen Schlagabtausch führte (Bilmes 1999: 2001). Die Regelungen für deutsche TV-Duelle im Wahlkampf 2002 schlossen Fragen an den jeweiligen Kontrahenten explizit aus, während im TV-Duell von 2005 zwischen Bundeskanzler Schröder und seiner Herausforderin Angela Merkel Entgegnungen auf den Kontrahenten zugelassen waren.

Die Zuschauerbefragungen im Anschluss an die beiden TV-Duelle des Bundestagswahlkampfes von 2002 und die entsprechende Sendung von 2005 zeigen deutlich den Zusammenhang zwischen der Attraktivität der Sendungen und der Handhabung des Regelapparates. So wird das erste, von RTL und SAT.1 ausgestrahlte Duell im Vergleich mit dem von ARD und ZDF ausgestrahlten als weniger spannend beurteilt – 20 Prozent der Befragten halten es für langweilig, gegenüber 7 Prozent im Falle des zweiten von ARD und ZDF ausgestrahlten Duells. Bemängelt werden am ersten TV-Duell von den Zuschauern, „das Zeitlimit, die kurze Redezeit“ und die „strengen, steifen Regeln“. Dagegen wird das zweite TV-Duell insgesamt bedeutend besser bewertet, weil es „lebhafter lockerer, spontaner war (42 %) und „aggressiver, kämpferischer, mehr Streitgespräch (21 %)“ (vgl. Dehm 2002: 600-603). Das dritte TV-Duell in der Fernsehgeschichte der Bundesrepublik zwischen Gerhard Schröder und Angela Merkel wird von den Zuschauern in einer vergleichbaren Studie (Dehm 2005) noch positiver bewertet: 63 Prozent der Zuschauer beurteilen dieses TV-Duell als gut oder sehr gut – gegenüber 34% und 45% im Jahr 2002 – und führen dabei als zweitwichtigsten Grund, nach Fairness und Sachlichkeit, den Debattencharakter der Sendung an: „Es war ein richtiger Dialog, dass sie direkt miteinander geredet haben, aufeinander eingegangen sind“ (ebd.: 627, vgl. auch: 629).

Die Wahrnehmung der Zuschauer lässt sich auch mit dialogstatistischen Befunden aus den TV-Duellen belegen (vgl. zu den Daten für 2002: Oberg 2004; für 2005: eigene Auswertung). Die vergleichbar erhobenen Daten verweisen auf eine kontinuierliche Steigerung der Dialogdynamik vom ersten zum dritten TV-Duell. So haben die gegenseitigen Unterbrechungen der Teilnehmer im zweiten TV-Duell bereits deutlich zugenommen: Während im ersten TV-Duell die Journalisten die beiden Politiker mit knapp 20 Prozent ihrer Äußerungen unterbrochen haben, waren es im 2. TV-Duell 39 Prozent. Die absolute Zahl der Unterbrechungen von Journalistenseite hat sich von 12 auf 29 erhöht, die beiden Politiker unterbrechen sich ebenfalls häufiger und nehmen sich auch häufiger selbst das Wort (vgl. Tabelle 2). Die Anzahl der Nachfragen und der kritischen Journalistenäußerungen lagen im zweiten TV-Duell ebenfalls deutlich über denen des ersten TV-Duells. Auf der anderen Seite gestalteten die Politiker im zweiten TV-Duell ihre Beiträge bedeutend selbstständiger, was sich in der Zunahme der schwach kohärenten und der

nicht kohärenten Äußerungen niederschlägt. Insbesondere Stoiber produziert extrem viele schwachkohärente Äußerungen, was an seiner Strategie liegt, das Thema „Arbeitslosigkeit“ möglichst häufig unterzubringen (vgl. dazu Abschnitt 3.3.2). Generell verweisen diese Daten auf eine stärkere Abweichung vom strengen Regelapparat im zweiten TV-Duell, auf eine eigenständigere Gesprächsgestaltung der Teilnehmer und damit auf eine höhere Dialogdynamik. Diese kommt auch darin zum Ausdruck, dass die absolute Zahl der Redebeiträge für alle Akteurstypen zunimmt und die Durchschnittszeiten ihrer Redebeiträge kürzer werden. Im TV-Duell von 2005 zwischen Bundeskanzler Schröder und der Herausforderin Angela Merkel hat sich diese Tendenz zur Steigerung der Dialogdynamik nochmals verstärkt: mehr und kürzere Beiträge sowohl bei den beiden Politikern als auch bei den Journalisten. Allein bei Schröder hat sich die Anzahl der Beiträge gegenüber dem ersten Duell aus dem Jahre 2002 mehr als verdoppelt, die Dauer seiner Äußerungen hat um rund 44 Prozent abgenommen (siehe Tabelle 3). Schröder erkämpft sich außerdem in zwei Drittel seiner Beiträge das Rederecht, bei Merkel ist es immerhin noch über die Hälfte der Beiträge – auch das ein deutlicher Indikator für einen stärkeren Debattencharakter des TV-Duells im Bundestagswahlkampf 2005.

Tab. 2: Dialogdynamik, Prozentanteil an der Summe der entsprechenden Äußerungen, in Klammern die absoluten Zahlen.

	1. TV-Duell 2002	2. TV-Duell 2002
Journalisten unterbrechen Politiker	19,6 % (12)	38,7 % (29)
Politiker unterbrechen Politiker	7,6 % (5)	20,5 % (18)
Nachfragen von Journalisten	26,2 % (16)	44,0 % (33)
Kritische Journalistenäußerungen	42,7 % (32)	34,4 % (21)
Politikeräußerungen mit wenig oder keiner Kohärenz zur Frage	15,2 % (10) Schrö: 17%; Stoi: 13 %	20,4 % (18) Schrö: 13 %; Stoi: 30,6 %

Tab. 3: Anzahl der Beiträge und durchschnittliche Dauer

	1. TV-Duell 2002	2. TV-Duell 2002	TV-Duell 2005
Stoiber	31 / 64,1 sec	36 / 59,3 sec	
Schröder	35 / 52,0 sec	52 / 38,1 sec	80 / 29,1 sec
Merkel			67 / 33,5 sec
Journalisten	61 / 17,9 sec	75 / 15,5 sec	88 / 11,4 sec

Geht man davon aus, dass es in der politischen Logik liegt, Mediengespräche möglichst weitgehend unter kontrollierten Bedingungen zu führen und kom-

munikative Risiken zu minimieren, so könnte man in der beschriebenen Tendenz eine Emanzipation der journalistischen Logik sehen. Die TV-Duelle im Bundestagswahlkampf 2002 waren vom Format her dem der doppelten Pressekonferenz bedeutend näher als dem einer Debatte, mit einem deutlichen Primat des Sequenzmusters „Journalisten fragen – Politiker antworten“. Direkte Repliken des Kontrahenten beschränkten sich auf Zwischenbemerkungen. Widersprüche, Angriffe, Fragen von Seiten des Kontrahenten kamen nicht vor. Die den Politikern abverlangte kommunikative Kompetenz beschränkte sich weitestgehend auf die ihnen vertraute Interview-Situation, in der Routinen abgespult werden können. Dagegen kam es im TV-Duell von 2005 zu neun Debattensequenzen, in denen die Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten sowohl für die Journalisten als auch für die Politiker eingeschränkt waren. Dieser beidseitige Kontrollverlust führt paradoxerweise zu einem publizistischen Mehrwert für die Zuschauer – wie die oben zitierte Befragungsbefunde belegen (Dehm 2002, 2005): Die Informativität, die Spannung, der Unterhaltungswert und die Personalisierung nehmen zu. Aus dialoganalytischer Sicht wirft das die Fragen auf, warum der Kontrollverlust nicht in ein kommunikatives Chaos, sondern in eine neue Form von Kommunikation führt, mit einer höheren Dialogdynamik. Im Hinblick auf die Kommunikationspartner stellt sich die Frage, wie es ihnen trotz Abweichungen von den vereinbarten Regeln gelingt, gemeinsam einen geordneten Kommunikationsverlauf zu organisieren.

Diese Frage lässt sich präzisieren, wenn man den Dialogverlauf der TV-Duelle als einen kommunikativen Transformationsprozess begreift: Die von den Journalisten dominierte Kommunikationsform „Befragung“ oder „Interview“ wird in eine von den Politikern bestimmte Kommunikationsform „Debatte“ überführt und diese wiederum zurück in eine Befragung. Aus dieser Perspektive ergeben sich folgende Fragen zur Dialogorganisation in TV-Duellen:

1. Wie entsteht aus den als Antworten konzipierten Äußerungen der Diskutanten ein Debatten auslösender Beitrag?
2. Wie organisieren die Journalisten den Übergang von einer Frage-Antwort-Sequenz in eine Behauptung-Widerrede-Sequenz?
3. Wie organisieren die Politiker ihre Äußerungen als Widerrede zum Beitrag eines Kontrahenten?
4. Wie stellen Politiker sicher, dass Sie ihre Widerrede in einer Befragungskommunikation platzieren können?
5. Wie führen Journalisten eine Debattensequenz in eine Befragungssequenz zurück?

Gemäß den im Wahlkampf von 2002 vereinbarten Regeln besteht das Standardmuster für TV-Duelle aus der Sequenz

Frage an Politiker A
 Antwort Politiker A
 Nachfrage
 Frage an Politiker B etc.

Im ersten TV-Duell mit den beiden Journalisten Limbourg und Klöppel wurde dieses Befragungsmuster nahezu idealtypisch umgesetzt. Im dritten TV-Duell von 2005 – mit Vorformen im zweiten TV-Duell von 2002 – hat sich auch ein anderes Sequenzmuster etabliert:

Frage an Politiker A
 Antwort Politiker A
 Entgegnung Politiker B
 Entgegnung Politiker A
 (weitere Entgegnungen)
 Frage an Politiker B etc.

In eine Debatte kann eine Interviewsequenz nur dann überführt werden, wenn der Antwort auf eine Journalistenfrage vom politischen Kontrahenten eine weitere Deutung zugemessen wird – beispielsweise als Behauptung, als Kritik oder als Vorwurf – und der Kontrahent aus dem Frage-Antwort-Muster ausbricht. Solche Abweichungen vom Beitragstyp („turn-type-departure“, Greatbatch 1988: 417) führen oft zu einer Abweichung in der Rednerordnung (turn-order-departure, ebd.: 418) und sind zugleich mit einem Rollenwechsel verbunden (ebd.; vgl. auch Clayman/Whalen 1988/89): Aus dem Befragten wird ein Diskutant und aus dem Interviewer ein Moderator. Für den Übergang in eine andere Kommunikationsform als das Interview, müssen dementsprechend zwei Voraussetzungen erfüllt sein: Die als Antwort intendierte Äußerung eines Politikers ist kommunikativ polyfunktional und etwa auch als Eröffnungsbeitrag einer Debatte deutbar. Dazu muss von den Kommunikationspartnern in der Sendung eine Meinungsverschiedenheit, ein Dissens herausgearbeitet werden. Und zweitens: Die etablierte Rederechtsregelung, derzufolge die Journalisten das Rederecht zuweisen, muss partiell aufgehoben werden. Dementsprechend ist zu vermuten, dass mit der höheren Kommunikationsdynamik und der Lockerung der Dialogkontrolle auch andere Verfahren der Dialogsteuerung ins Spiel kommen und ausgeprägtere reflexive Thematisierungen der Rederechtsvergabe und des Debattenverlaufs auftreten.

Beide Voraussetzungen – der Dissens und die Lockerung der Rederechtsvergabe – erhöhen das Konfliktpotential der Sendung: die Meinungsverschiedenheiten können eskalieren, ein Streit um das Rederecht den geregelten Ablauf beeinträchtigen. Greatbach (1992) und Clayman/Heritage (2002) haben gezeigt, dass dem etablierten Mechanismus der Rederechtsvergabe dabei eine doppelte Funktion zukommt: er ist Konfliktgegenstand und gleichzeitig Deeskalationsinstrument. Durch die Abweichung

vom etablierten Mechanismus der Rederechtsverteilung innerhalb eines Frage-Antwort-Dialogs wird die Konfrontation zwischen den Politikern direkt und ist nicht mehr dadurch abgemildert, dass kritische Äußerungen über den Kontrahenten an die Journalisten adressiert sind. „As panelists move from addressing the interviewer to addressing one another, disagreement is plainly intensified and becomes more confrontational“ (Clayman/Heritage 2002: 314). Andererseits stellt der Mechanismus der Rederechtsvergabe im Interview-Format einen Rahmen bereit, in dem nicht die Diskutanten, sondern die Journalisten für eine Konfliktbeendigung zuständig sind: Anders als in Alltagsgesprächen, in denen Diskutanten selbst für eine Deeskalation verantwortlich sind, können sich die Politiker in TV-Duellen darauf verlassen, dass die Journalisten als Moderatoren diese Aufgabe übernehmen. In diesem Sinne erfüllt das System der Rederechtsvergabe in TV-Duellen eine Doppelfunktion: „The structure of turn taking and its associated expectancies provides simultaneously for the escalation and limitation of overt disagreement“ (Greatbatch 1992: 299).

Wie die Transformationen zwischen den Kommunikationsformen Interview und Debatte von den Teilnehmern organisiert werden, soll im Folgenden für die beiden Akteurstypen Journalisten und Politiker jeweils separat analysiert werden. Grundlage und Vergleichsobjekt für das Verständnis der Transformation ist die Umsetzung des Standardformats „doppeltes Interview“, wie es im ersten TV-Duell nahezu in Reinform zu beobachten ist. Denn eine Abweichung ist immer eine Abweichung von einer Standardform: „Turn-type-departures [...] are properly conceived as ‚departures‘ only from within an interview framework. From the standpoint of ordinary conversation, many of such practices are normal, natural and utterly routine“ (Clayman/Whalen 1988/89: 267).

3.2 Journalistische Dialogsteuerung im TV-Duell: Von der Routine zur Improvisation

In Dialogsendungen mit Politikern fungieren Journalisten als Moderatoren mit spezifischen Kontroll- und Regulierungsaufgaben auf verschiedenen Ebenen: auf der zeitlichen Ebene sorgen sie dafür, dass die Redezeit gerecht verteilt ist, sie regulieren die Sprecherabfolge durch Zuteilung des Rederechts, sie sorgen für die Einhaltung von kommunikativen Prinzipien wie Fairness, Ausgewogenheit, Relevanz, Informativität und Verständlichkeit, geben die Themen vor und achten auf thematische Kohärenz der Politikeräußerungen. Sie kontrollieren aber auch die funktionale Kohärenz der Politikeräußerungen: Ist die gewählte sprachliche Handlung angemessen? Welche Art von Äußerung ist in einer bestimmten Dialogsituation gerechtfertigt oder gar ge-

fordert? Je restriktiver Journalisten diese Steuerungsaufgaben wahrnehmen, desto schablonenhafter wird der Gesprächsverlauf sein und desto unwahrscheinlicher wird sich im Falle der TV-Duelle aus der Befragung eine Debatte entwickeln. Im ersten TV-Duell des Wahlkampfes 2002, das von den beiden Journalisten des Privatfernsehens Peter Klöppel (RTL) und Peter Limbourg (SAT.1) moderiert wurde, hielten sich die Journalisten eng an die ausgehandelten Regelvorgaben für die Dialogführung. Wie wenig diskursiv die ersten TV-Duelle aus dem Jahr 2002 waren, zeigt sich daran, dass Peter Klöppel, der RTL-Anchorman, Edmund Stoiber explizit auffordern muss, seinen Äußerungen zumindest über die Adressierung einen Diskussionscharakter zu verleihen:

Klöppel: „Aber Sie können ruhig den Bundeskanzler ansprechen, wenn Sie neben ihm stehen. Sie schauen mich an und sprechen mich mit *Herr Bundeskanzler* an“.

Klöppels Hinweis an Stoiber macht deutlich, dass Fernsehdebatten nach eigenen spezifischen Regeln ablaufen, die sich grundlegend von nicht-medialen Debatten unterscheiden: man kann einen Einwand gegenüber einem Kontrahenten auch indirekt vorbringen und ihn an den fragenden Journalisten richten. Die Äußerung Klöppels verweist aber auch auf ein grundlegendes Problem beim Übergang vom Interview in eine Diskussion: Mit der Abweichung vom bisherigen Entgegnungsmuster „Antworten“ ändert sich auch die natürliche Adressierung. Von seiner Funktion her gesehen kann ein Debattenbeitrag nicht mehr an den Interviewer gerichtet sein, sondern nur an den politischen Kontrahenten, was aufgrund der räumlichen Konstellation der Sprecher im Fernsehstudio – sie stehen nebeneinander – gestisch und mimisch nicht leicht umzusetzen ist. Stoiber behält die bisherige Adressierung bei und signalisiert damit auch, dass er prinzipiell das Frage-Antwort-Muster des Interviews anerkennt. Gleichzeitig wird die ausgedrückte Meinungsverschiedenheit gegenüber den Kontrahenten durch ihre indirekte Äußerung abgemildert. Klöppels explizite Thematisierung einer offensichtlichen Fehladressierung ist jedoch nicht als Aufforderung zur Diskussion gemeint. Das belegen eine ganze Reihe von Gesprächsdisziplinierungen, die von Klöppel und Limbourg eingesetzt werden, um das mit den Politikern für die TV-Duelle vereinbarte Regelwerk durchzusetzen:

Limbourg: „Lassen Sie bitte. Entschuldigen Sie, Herr Schröder. Herr Schröder, würden Sie bitte ausreden lassen, er hat Sie auch ausreden lassen. Ist vielleicht besser.“

Limbourg: Herr Bundeskanzler, nur kurze Erklärung zur Regel: Es geht von Ihrem Zeitkonto ab, wenn sie ungefragt antworten.

Limboung: Herr Ministerpräsident, Ich würde Sie bitten, jetzt zum Ende zu kommen.

Stoiber: Lassen Sie mich vielleicht noch den Satz sagen...

Limboung: Nein, entschuldigen Sie, wir haben Regeln, und es ist im Sinne auch der Zuschauer, wenn wir die einhalten. Denn wir haben natürlich nicht so viel Zeit, dass wir alles abschließend diskutieren können.

Journalistische Interventionen dieser Art führen dazu, dass ein Widerspruch blockiert und damit eine aufkommende Diskussion entweder bereits im Keim erstickt oder aber zum selbst zu verantwortenden Risiko des Politikers gemacht wird. Gleichzeitig wird mit den zitierten Äußerungen der vorangegangene Politikerbeitrag als Antwort auf eine Journalistenfrage ratifiziert und eben nicht als Debattenbeitrag, der prinzipiell eine Entgegnung nach sich ziehen würde. In jedem Fall wird eine Debatte als der abweichende Kommunikationsverlauf markiert. Die verschiedenen Interventionen der Moderatoren erfolgen unter Berufung auf folgende vier Prinzipien:

1. Die vereinbarten Zeitregeln sind einzuhalten.
2. Das Rederecht wird von den Journalisten zugeteilt.
3. Ein Beitrag muss relativ zur Journalistenfrage thematisch kohärent sein.
4. Prototypische Äußerungen von Politikern sind in TV-Duellen Antworten auf Journalistenfragen.

Dass auch die Politiker diese Prinzipien akzeptieren, kommt darin zum Ausdruck, dass Disziplinierungen durch die Journalisten explizit anerkannt werden oder bei Abweichungen vorab die Einwilligung eingeholt wird. So bittet Stoiber vor einer direkten Entgegnung auf Schröder bei den Journalisten um Erlaubnis für eine illokutionäre Abweichung vom Antwort-Format: „Darf ich eine Replik machen?“. Neben den genannten Prinzipien 1 bis 4, die sicherstellen, dass das Interviewformat beibehalten wird, gibt es offensichtlich ein fünftes Prinzip, das man als „Verteidigungsprinzip“ auffassen kann und von Holly/Kühn/Püschel als „Provokationsprinzip“ beschrieben wurde (Holly/Kühn/Püschel 1986: 67 ff):

5. Wer angegriffen wird, hat das Recht, sich zu verteidigen.

Die folgende Äußerung von Klöppel im ersten TV-Duell nimmt auf dieses Prinzip Bezug:

Klöppel: Herr Bundeskanzler, da waren eine ganze Menge an möglicherweise Angriffen dabei oder zumindest Vorwürfen, die Sie möglicherweise erwidern möchten.

Klöppel reagiert mit dieser Äußerung auf eine Formatabweichung Stoibers, der die vorausgehende Antwort zu einer Reihe von Angriffen auf Schröder genutzt hat. Auffallend ist die zweifache Abschwächung der Aussage mittels

des Modalworts „möglicherweise“, womit Klöppel auffängt, dass er hier eigentlich die Rolle des Journalisten verlässt und zum indirekten Sprecher Schröders wird. Er kommt damit einer direkten Entgegnung Schröders zuvor, behält dadurch die Kompetenz zur Vergabe des Rederechts und kann dementsprechend nach dem Beitrag Schröders auch wieder in das Frage-Antwort-Muster zurückleiten. Die vorausgegangene Debatten auslösende Passage von Stoiber ist indirekt formuliert und – wie die Bezugnahme auf den Bundeskanzler in der dritten Person zeigt – auch nicht an den Kontrahenten adressiert. Dennoch versteht Schröder sie als Angriff und kontert entsprechend mit einem Gegenangriff.

Stoiber: [...] Deswegen akzeptiere ich natürlich nicht diese Ausrede des Bundeskanzlers, immer wieder zu sagen, andere sind schuld. Das hat er schon gemacht als Ministerpräsident in Niedersachsen. Da hat er gesagt: Ich kann nichts dafür, die Bedingungen werden in Bonn beziehungsweise in Berlin gemacht. Jetzt trägt er hier die Verantwortung in Berlin, und jetzt sagt er: Na ja, Amerika ist schuld, der Welthandel ist schuld, die Weltkonjunktur ist schuld, der 11. September ist schuld. Ich halte das für eine gravierende Ausrede.

[...]

Schröder: Wenn ich auf gleichem Niveau antworten würde, würde ich Herrn Stoiber an seine Regierungserklärung von 96 erinnern, wo er den Bayern versprochen hat, bis 2000 die Arbeitslosigkeit zu halbieren. Er hat immerhin 15 Prozent geschafft. Und wir haben den Tatbestand, dass wir zurzeit im Großraum München die größte Zahl der Insolvenzen im Neuen Markt haben. [...]

Das Verteidigungsprinzip wird auch von Seiten der Politiker eingeklagt, wie der folgende Dialogausschnitt belegt. Die explizite Bezugnahme auf dieses Prinzip wird dadurch ausgelöst, dass Klöppel den Versuch Schröders, sich das Wort für eine direkte Entgegnung auf Stoiber zu nehmen, verhindern will.

Klöppel: Entschuldigung, wir müssen ein bisschen auf die Zeit achten.

Schröder: Nein, nein, Entschuldigung, jetzt muss ich einen Ton dazu sagen. So geht das ja nicht. Es können ja hier nicht Behauptungen in die Welt gestellt werden, denen dann nicht widersprochen werden kann. Es ist schlicht falsch, was er gesagt hat. [...]

Interventionen der beiden Moderatorinnen von ARD und ZDF gegen Abweichungen vom zugeteilten Rederecht, die auf den genannten Prinzipien beruhen, kommen auch im zweiten TV-Duell vor. Eine Erklärung für die stärkere Dialogizität und höhere Attraktivität dieses Duells liegt aber darin, dass die beiden Journalistinnen im Falle von Widerspruchsäußerungen der Kontrahenten auch nach anderen Mustern verfahren und direkte Entgegnungen zulassen, ja sogar dazu einladen oder auffordern.

Stoiber: und deswegen haben sie ihre Chance gehabt und werden deswegen genauso wie Helmut Kohl, der auch mit 4 Millionen abgelöst worden ist - Sie haben

das damals ihm ja auch prognostiziert - Sie werden genau das Schicksal erleiden, was Helmut Kohl auch erlitten hat.

Illner: Zu dem Thema...

Schröder: Sie glauben (vermutlich: ich glaube) dass Sie nicht richtig liegen

Illner: Arbeitslosigkeit, vielleicht können wir das noch sagen, zu dem Thema Arbeitslosigkeit kommen wir auf jeden Fall noch, was uns jetzt in diesem ersten Komplex interessiert sind Koalitionsfragen - Sabine?

Schröder: Ich würde aber trotzdem gern einen Satz...

Christiansen: Ich würde auch gerne das gleich weitergeben an Sie

Schröder: Ich glaub dass es nur fair wär` denn das was gesagt wird über die Entwicklung der Arbeitslosigkeit widerspricht einfach den Tatsachen.

Den Angriff von Stoiber lässt Christiansen Schröder parieren, obwohl Illner ihr bereits das Wort für ein anderes Thema – die Koalitionsfragen – übergeben hat. Illner selbst versucht, die Intervention Schröders zunächst zu unterbinden, indem sie auf die thematische Inkohärenz oder Deplatziertheit seines Widerspruchs verweist. Auch im folgenden Beispiel sorgt Christiansen mit einer Rederechtszuweisung dafür, dass der Attackierte sich direkt wehren kann:

Stoiber: ich hätte große Sorge, weil der Ministerpräsident a.D. und Bundeskanzler eh eh Schröder hat ja nun 8 Jahre Bildungspolitik verantwortet, unter s e i n e r Verantwortung sind Lehrer ausgestellt worden, sind Schulen geschlossen worden und ist die Bildungssituation in seinem Land schlechter geworden - also ich bin froh, dass er nicht die Verantwortung für ganz Deutschland hat

Christiansen: Da wollen wir ihn mal kurz dazu hören

Schröder: Also, ich glaub` schon, dass wir die Kleinstaaterei überwinden müssen, wir müssen nicht den Föderalismus eh völlig auflösen, aber drei Dinge sind notwendig [...]

In beiden Beispielen wird deutlich, dass die Beantwortung einer Journalistenfrage vom jeweiligen Kontrahenten, aber auch von den Journalisten als Behauptung verstanden wird, der widersprochen werden kann. Während die beiden Journalisten von RTL und SAT.1 das erste TV-Duell gemäß den vereinbarten Regeln als doppeltes Interview moderieren und Diskussionsphasen nur als – meistens sogar explizit markierte – Ausnahme zulassen, können sich im zweiten TV-Duell auch eigenständige Debattenphasen entwickeln. Entscheidend dafür ist nicht nur die großzügigere Handhabung der Rederechtsverteilung, sondern auch die Nutzung verschiedener Ressourcen durch die beiden Moderatorinnen, Meinungsverschiedenheiten nicht nur austragen zu lassen, sondern auch herauszuarbeiten. Die folgende Passage macht deutlich, wie Christiansen einen Dissens zwischen Stoiber und Schröder in der Frage einer deutschen Beteiligung am Irakkrieg zuspitzt:

Schröder: Die entscheidende Frage ist doch: sind Sie be- wird es unter Ihrer Führung, ich bin da der Auffassung, das wird eh nicht eintreten, aber wird es unter Ih-

rer Führung eine Beteiligung Deutschlands an einer militärischen Intervention im Irak geben? Ja oder Nein, das wollen die Menschen in Deutschland von Ihnen wissen und nicht wollen Sie wissen, mit wem Sie sich danach ...

Stoiber: Nein nein

Schröder: Beraten. Ich sage: unter meiner Führung wird es die nicht geben und darauf können Sie Gift nehmen.

Christiansen: (unverständlich) da wäre noch einmal ganz (knapp?) klar festzuhalten, dass wir das Thema vielleicht langsam in das Inland verlagern. (unverständlich)

Christiansen: Herr Bundeskanzler, Herr Ministerpräsident

Stoiber: Das ist mir zu kurz gesprungen. Ich möchte nicht nur

Christiansen; Wenn Sie noch einmal sagen: also mit UN-Mandat JA Herr Stoiber

Stoiber: Nein ich möchte e Frau Christiansen

Christiansen: und Sie sagen auf gar keinen Fall Herr Bundeskanzler

Schröder: Ich sage wir sind (unverständlich) gegen eine militär - ich bin gefragt worden - gegen eine militärische Intervention und das gilt in beiden Fällen und das ist h i n r e i c h e n d klar denk'ich.

Stoiber: Sie müssen, Sie müssen auseinander halten ..

Christiansen: Herr Ministerpräsident dazu noch `ne kurze Klarstellung oder so

Stoiber: Wenn es darum geht, wenn es darum geht, eine Druckkulisse gegenüber Saddam Hussein aufzubauen, kann man keine theoretischen Optionen ausschließen, weil man dann die Druckku die Druckkulisse schwächt

Christiansen: Dann lassen Sie uns ...

Stoiber: Zweitens ich möchte überhaupt, ich möchte nicht nur keine deutschen Truppen, sondern ich möchte überhaupt den Krieg, ich möchte kriegerische Maßnahmen im Irak vermeiden, und deswegen muss alles getan werden. Und ich habe Ihnen schon einmal gesagt, es lohnt, es nützt nichts, wenn Sie hier nur eine nationale Position einnehmen o h n e die notwendigen Abstimmungen mit George Bush vorzunehmen.

Christiansen gelingt es zwar, von Schröder eine Bestätigung der von ihr formulierten Schlussfolgerung zu erhalten („und Sie sagen auf gar keinen Fall“), nicht aber von Stoiber („also mit UN-Mandat ‚JA‘ Herr Stoiber“), der jede Festlegung vermeiden will.

Während sich Klöppel und Limbourg hauptsächlich auf die Prinzipien 1 bis 4 stützen, lassen die beiden Moderatorinnen im zweiten Duell auch das Verteidigungsprinzip zur Geltung kommen. Für die Moderatorinnen ergeben sich daraus zwei Grundprobleme der Dialogsteuerung: Sie müssen den Übergang von der Befragung zur Debatte organisieren, was – wie das obige Beispiel zeigt – nicht immer im Gleichlauf funktioniert. Zu entscheiden ist dabei, welcher Widerspruch zugelassen wird und welcher nicht, ob sie freiwillig auf die ihnen zustehende Rederechtsvergabe verzichten oder – wie im vorigen Beispiel Sabine Christiansen – das Entgegnungsrecht zuweisen. Und sie müssen zweitens auch den Übergang von der Debatte zurück zur Befragung organisieren, was vor allem unter dem Gesichtspunkt der Rederechtsverteilung problematisch ist: Mit der Zulassung des ersten Widerspruchs wird als Regel

zur Verteilung des Rederechts das Verteidigungsprinzip anerkennt. Dieses Prinzip kann aber auch derjenige einklagen, der den Widerspruch ausgelöst hat. Prinzipiell ist dadurch eine infinite Abfolge von Behauptung und Widerspruch denkbar und auch legitimierbar. Es ist dann die Aufgabe der Moderatoren, dieses Sequenzmuster zu unterbrechen. Dabei stehen ihnen im Prinzip dieselben Kontrollverfahren zur Verfügung, mit denen sie in einem strengen Interviewformat die Turn-Typ-Abweichung verhindern: Unterbrechen, Entzug des Rederechts, Verweis auf die vereinbarten Regeln oder Hinweise darauf, dass das Thema bereits abgehandelt ist bzw. noch behandelt werden wird. Um mögliche Konfrontationen an diesen im Prinzip konflikträchtigen Dialogstellen zu entschärfen, werden typischerweise sprachliche Abschwächungsformulierungen eingesetzt: Modalpartikeln („gehe mal dazwischen“); illokutionäre Ankündigungen im Konjunktiv („möchte mitteilen...“ „Frau Merkel würden Sie...“), Unterbrechungsformeln („ganz kleine Sekunde“; „ne wirklich, bitte“; „ganz kurz noch einmal“).

Die Dialoghandlungen der Moderatoren sind einerseits bestimmt durch ihre Verpflichtung zur Neutralität gegenüber ihren Gesprächspartnern. Nur aus einer neutralen und unparteilichen Position heraus können sie idealiter die Anwaltschaft für alle Zuschauer übernehmen und die Glaubwürdigkeit der Sendung sicherstellen. Andererseits wird es ihnen nur durch eine kritische und auch kompetitive Dialogführung den Politikern gegenüber möglich sein, die journalistische Qualität einer Informationssendung sicherzustellen (vgl. Clayman/Heritage 2002: 29-31, 126-131).

Damit die Sendung insgesamt die journalistischen Prinzipien der Relevanz, der Informativität, der Wahrheit, der Verständlichkeit und der Aktualität einlöst, müssen die Moderatoren dafür sorgen, dass sie nicht zu Stichwortgebern für die politische Selbstdarstellung werden. Als Fragestrategie sind dafür die so genannten „geladenen Fragen“ ein probates Mittel, um diese Balance zwischen Neutralität und Provokation zu gewährleisten (vgl. dazu Bucher 1993). Die mit der geladenen Frage gemachten Voraussetzungen begrenzen den Entgegnungsspielraum der Politiker, führen für sie unangenehme und imagegefährdende Behauptungen ein, ohne dass dabei das neutrale Frageformat verlassen wird. Die folgende Frage an Stoiber ist insofern ein typisches Beispiel für eine geladene Frage, als Illner die kritischen Fragevoraussetzungen nicht selbst behauptet, sondern zitierend einführt:

Illner: Von Januar bis weit in den August hinein gab es klare Vorteile und klare Punktverteilungen für Schwarz-Gelb ähm bis auf Allensbach sehen jetzt eigentlich alle relevanten Institute ein Kopf-an-Kopf-Rennen und die von ja beiden sehr ungeliebte Patt-Situation. Nun schreibt Financial-Times „Vor-zurück im Wiegenschritt und seitwärts Tip“ so ginge der Stoiber-Tango. Ist das vielleicht der Grund, Herr Ministerpräsident, warum die Zuneigung zu einer Schwarz-Gelben Konstellation