DIE POPULARISIERUNG DER POLITIK

Werner Höfer

Was popularisiert werden muß, kann nicht populär sein. Ist Politik unpopulär – hierzulande, heutzutage? Das kann doch wohl nicht wahr sein, nachdem wir gelernt haben, daß Politik unser Schicksal sei.

Und dennoch scheint es wahr zu sein – eben darum: Weil unser Schicksal auf Politik zurückgeht, auf schlechte Politik, auf schlimme Politik, die den Krieg auslöste, den Ruf ruinierte, das Land teilte und uns manches schuldig blieb. Die Teilhaber und Leidtragenden eines solchen Schicksals vermögen Politik schwerlich für populär zu halten, wenngleich sie sich den politischen Pflichtübungen nicht entziehen: Die Deutschen wählen ihre Parlamente, häufiger und zahlreicher als manche andere Demokraten; sie lesen ihre Journale, wenn auch weniger oder oberflächlicher als Pressekonsumenten in der näheren und weiteren Nachbarschaft; sie lassen sich vom Radio berieseln und vom Fernsehen bestrahlen, mindestens so ausdauernd und mitdenkend wie die Abnehmer elektronisch übermittelter Informationen in noch höher entwickelten Zivilisationsbereichen. Ja, die Deutschen werden über Politik ins Bild gesetzt, sie können sich von Politik ein Bild machen – so gründlich wie nie zuvor, so vielseitig wie kaum anderswo. So sind die Deutschen durchaus im Bilde, am meisten über die anderen, am wenigsten über sich selber.

So gesehen, ist Politik in Deutschland inzwischen populär, wenn sie weniger als Ansichtssache und mehr als Anschauungsmaterial angeboten wird: als vorfabrizierte Konsumware für eine ferngesteuerte Konsumgesellschaft. Politik als audio-visuelles Genußmittel erlaubt es dem stillen Genießer, die politische Vergangenheit zu verdrängen statt zu bewältigen und die politische Gegenwart zu ertragen statt zu beeinflussen. Die Massenmedien, vor allem das Fernsehen, erleichtern es den Deutschen, dem Volk

der gebrannten Kinder, Politik, im Lehnstuhl sitzend, als Schicksal – im Sinne von Verhängnis – mißzuverstehen, das der Bürger hinzunehmen hat, aber nicht abwenden kann, als ein Geschäft, das von denen „da oben" nach Geheimmethoden betrieben wird, wozu die „da unten" wenig beitragen können, außer ihren Stimmen und der Steuer. Abgesehen von politischen Professionals, dilettierenden Außenseitern und intellektuellen Wüstenpredigern ist das die Grundeinstellung der Deutschen zur Politik als res publica: mäßig interessiert, wenig engagiert, selten provoziert. Wenn diese an Apathie grenzende Indifferenz jedoch auf dem besten Wege ist, sich in aufgeschlossene Anteilnahme zu verwandeln, so ist das, wie so mancher Wandel im Verhalten der Menschen, weithin dem Fernsehen zu verdanken. Wenn die Politik dabei ist, in Deutschland sowohl popularisiert als auch aktiviert zu werden, dann deshalb, weil das Fernsehen ihr zu Popularität und Aktivität verhilft. Die Politik hat vom Fernsehen Besitz ergriffen – nicht im Sinne von Machtergreifung durch Staat oder Partei, wenn es auch dann und wann, da und dort, zwischen Gebührenverteilung und Postenbesetzung, zu staatlich oder parteipolitisch gelenkten Proporzaktionen kommen mag; die Politik hat vielmehr als Thema das Fernsehen erobert, als Gegenstand und Anlaß für Sendungen, von denen einige es an Erfolg, abzulesen an Zahl und Resonanz der Zuschauer, mit den Massenattraktionen von Sport und Show aufnehmen können.

Da im Massenmedium Fernsehen nur das Populäre einen breiten Erfolg von Dauerwirkung garantiert, muß Politik, zumindest in dem vom Fernsehen bevorzugten Aggregatzustand, populär sein. So braucht für das Fernsehen die Politik nicht nur ein lästiger Auftrag und nicht einmal ein „echtes Anliegen" zu sein, weil die Institution Fernsehen zur Politisierung des öffentlichen Lebens im Sinne von Demokratisierung durch Informierung beizutragen hat; Politik ist für das Fernsehen vielmehr durchaus eine Sache, mit der man sich sehen lassen kann, mit der Staat zu machen ist. Sie bietet, in artgemäßer Auswahl und mediengerechter Zubereitung, Sensationen und Attraktionen, die keinem dramatischen Autor und keinem Schaugeschäftsmann je einfallen könnten.

Parlamentsdebatten können spannender sein als Weltmeisterschaftskämpfe, und der Besuch einer Königin liefert mehr Glanz und Gloria, als alle Illustrierten aufzubieten haben. Fernsehwahlberichterstattung, alle arithmetisch-analytischen Mittel, von der Hochrechnung bis zur Bruchrechnung, herzhaft nutzend, gleicht einem gnadenlosen Duell der Computer-Giganten. Die diversen Magazinsendungen sind in ihrem missionarisch-zeitkritischen

Eifer nur noch mit einem „Spiegel", herausgegeben von Pater Leppich, zu vergleichen. In Diskussionen, die zuweilen wie Fernsehadaptionen von Stammtischdebatten aufgezogen sind, wird demonstriert, daß gerade in der Politik jedes Ding (mindestens) zwei Seiten hat. In Interviews, die gelegentlich einem verschärften Verhör nahekommen, wird decouvriert, daß auch im härtesten politischen Einzelkämpfer vor der Kamera der (manchmal nur eingeschläferte) innere Schweinehund geweckt werden kann.

In den abendlichen Bildberichten vom Tagesgeschehen gesellen sich die großen Herren und die erhabenen Gegenstände leutselig unters Volk, das sich in der guten Stube vor dem Bildschirm versammelt hat, getrennt sitzend, vereint schauend, eine millionenfache Massenversammlung. Nur die Kommentatoren haben es schwer, weil sie zu nachtschlafender Stunde, bloß als tönendes Brustbild in Erscheinung tretend, gegen das Schlafbedürfnis der Zuschauer anreden müssen, denen an manchem Tag mehr Politik frei Haus geliefert wird, als sich von einem politischen Normalverbraucher „verkraften" läßt. Hier zeigt sich auch, wo die Gefahren lauern: in der Überdosis, in der falschen Diät, in der Politik über das Fernsehen verabreicht wird. Es müßte unweigerlich eine Gegenströmung gegen die politische Popularisierungswelle einsetzen, wenn des Guten (oder Gutgemeinten) zuviel geboten wird, zur falschen Zeit in der falschen Form, wenn Unverdauliches den Leuten mehr im Magen als am Herzen liegt, wenn Unverständliches ihnen mehr zum Halse heraushängt als auf den Nägeln brennt. Maßhalten und „die Kirche im Dorf lassen" – das sind probate Rezepte für die Bemühung, Politik durch das Fernsehen populär zu machen.

Indessen sind Politik und Fernsehen, beide um Popularität bemüht, einander lieb und wert. Sie haben sich gesucht und haben sich gefunden. Nun sind sie so aufeinander angewiesen, daß sie nicht mehr voneinander lassen können. Dem Fernsehen ist es zwar nicht gelungen, schlechte Politik besser und dumme Politiker gescheiter erscheinen zu lassen; eher gelingt ihm das Umgekehrte. Aber das Fernsehen hat es verstanden, das Beste aus der Politik zu machen, aus welken Blüten noch Honig zu saugen (in Dokumentationen und „Features") und von bitterer Alltagskost den Rahm abzuschöpfen (durch kurz und gut geschnittene Zusammenfassungen).

Gewiß, Sachfragen haben es schwer, via Fernsehen popularisiert zu werden. Die Sachen stoßen sich zu hart im Raume, als daß sie spielend ins Licht gerückt werden können. Für die Abstraktionen der Idee und die Dimen-

sionen des Denkens ist das Fernsehen ohnehin nicht das prädestinierte Organ. Aber als Instrument zur Darstellung und Selbstdarstellung von Menschen (Politiker sind auch Menschen!) ist es unübertroffen. Darstellung wird dabei zur Durchleuchtung, Selbstdarstellung zur Selbstentlarvung. Denn die Kamera erweist sich als der wahre Lügendetektor unserer Zeit. Da unsere Zeit außerdem einer neuen Form von Personenkult huldigt, indem sie auch das Unpersönliche zu personifizieren trachtet, ist für die Politik durch die Technik des Fernsehens die Stunde der Wahrheit insofern angebrochen, als zumindest die Flucht in die Lüge schwerer gemacht wird. Politik wird durch das Fernsehen durchsichtiger, Politiker werden vor der Kamera durchschaubarer. Politische Entscheidungen spielen sich mit Hilfe des Fernsehens auf dem Markte ab, vor aller Augen. Politische Persönlichkeiten verraten oder verlieren im Fernsehen ihren Charakter, gewinnen oder verspielen dort ihr Profil. Wenn Politik unpopulär war, weil sie als Privileg einer Elite galt, so gewinnt sie zusehends an Popularität, weil jeder zusehen kann, wie Politik gemacht wird.

Politik, die ihrem Wesen nach unpopulär erscheint, Politiker, die ihrer Natur nach populär sein wollen: sie bekommen durch das Fernsehen eine erhöhte Chance des Erfolgs, die sie freilich mit einem vermehrten Risiko des Scheiterns bezahlen müssen. Die politische Popularisierungsbewegung, die vom Fernsehen ausging, hat auch andere Publikationsmittel erreicht. Blätter, die ihrer Bestimmung nach mehr zu Klatsch und Tratsch, zu Bein und Busen hin orientiert sind, möchten Politik machen, indem sie „in Politik machen". Bücher, die politische Fragen aufwerfen, nehmen es in den Bestseller-Listen mit der Literatur der „Stellen" auf.

Die Deutschen sind auf diese Weise zwar noch kein Volk von Politikern und ganz gewiß kein politisches Volk geworden. Aber Politik in Deutschland ist dabei, die Schallmauer der Unpopularität zu durchbrechen. Gewiß, die großen Probleme, die ungelöst sind und schwer lösbar bleiben, verlieren im Bewußtsein der Öffentlichkeit an Relevanz; „Randerscheinungen" hingegen, von den Scheinwerfern des Fernsehens ins grelle Rampenlicht gerückt, gewinnen an Interesse. Das Interessante ist das Populäre: die Schauseite und die Schattenseite der Politik. Politik als öffentliche Angelegenheit ist in der „Telekratie" so populär wie Quiz und Show, wie Krimi und Wetterkarte. Das Fernsehen hat den Bürger gegenüber Politik und Politikern nicht nachsichtiger, sondern nachdenklicher gemacht. Was man dem Bürger bisher sagte, kann er jetzt sehen: daß in der Politik seine Sache verhandelt wird.

Politik, wie sie das Fernsehen vermittelt, hat nichts zu tun mit Propaganda und Volksaufklärung, wohl aber mit Information und Volksbeteiligung. Politik ist dabei, volkstümlich zu werden. Das ist mehr als populär; das ist demokratisch.

Politik und Fernsehen brauchen sich ihre wechselseitige Hilfeleistung nicht zu danken, weil sie sich nichts schuldig sind. Der Dank des Vaterlandes ist ihnen um so eher gewiß, je weniger sie darauf spekulieren. Gute Politik und gutes Fernsehen, das bedeutet: Popularität auf Gegenseitigkeit.