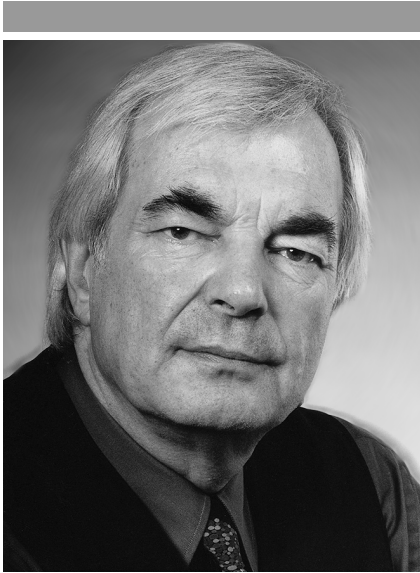


Alles Theater? Politiker setzen sich in Szene

Von Jürgen Leinemann



Jürgen Leinemann arbeitet als politischer Journalist beim Berliner Büro von DER SPIEGEL. Er ist Träger des Egon-Edwin-Kisch-Preises.

Seit einem guten Jahr tingle ich nun mit meinem Buch „Höhenrausch“ durch die Republik – lese und diskutiere, lerne und versuche zu erklären. Immer dauert es nur ein paar Minuten, bis in der Aussprache über den politischen Diskurs klar wird, dass der – in den Augen der Bürger – von zwei Sorten Schurken geprägt wird: von den Politikern und den Journalisten. Offenbar kann sich jeder vorstellen, was Susanne Gaschke einmal in der „Zeit“ so formuliert hat: „Überspitzt gesagt, machen Politiker und Journalisten im Berliner Cafe Einstein Unter den Linden miteinander aus, was angeblich wichtig ist – mit dem Leben draußen muss das nicht viel zu tun haben.“

Sich informieren heißt: zwischen wichtig und unwichtig unterscheiden, um den Überblick zu behalten. Das ist in diesen Tagen nirgendwo einfach, doch empfanden die Deutschen – Akteure und Beobachter – das politische Geschehen in ihrem Lande seit dem Umzug von Regierung und Parlament nach Berlin be-

sonders unübersichtlich. „Unordnung“, „Vielfalt“ und „Verwirrung“ sind Begriffe, um die noch bis heute alle Selbstvergewisserungsdebatten in der Berliner Republik kreisen.

„Da wo die Sachen diffus werden, werden die Personen konkret“, beschrieb Jürgen Engert, der frühere Chef des ARD-Hauptstadtbüros, vor Abgeordneten die Situation: „Personen schieben sich vor die Sachen“. Aber sind es wirklich Personen? Oder sind es inszenierte Bilder? Der junge CDU-Abgeordnete Eckart von Klæden zitierte eine Maxime des verstorbenen Kollegen Jürgen Möllemann, die im hektischen Medienumfeld an der Spree für viele Politiker

Handlungsanweisung sei: „Ansehen und Aufsehen sind zwei Seiten derselben Medaille“ Bundeskanzler Gerhard Schröder, den wir halb bewundernd, halb verächtlich den Medienkanzler nannten, agierte gekonnter nach dieser Maxime als jeder andere. Wer ihn beobachtete – im Wahlkampf zum Beispiel – der erlebte ein Model bei der Arbeit. Immer war er in Bewegung. Hinter dem Podium tänzelte er, wenn er zu den Wählern sprach, auf der Stelle, als biete er sich mit permanenten Körperdrehungen einem unbekanntem Gegner dar – den Kameras.

Er hatte nur ein begrenztes Repertoire, einfache Gesten, simple Mimik. „Doch wenn er lacht“, staunte ein Fotograf, „dann strahlt er wirklich. Das springt über.“ In Ruhepausen konnte er grau und konturenlos zerfließen. Doch wenn die Kameras klickten, verwandelte sich sein Gesicht in eine blühende Landschaft. Als hätte in seinem Kopf jemand einen Schalter umgelegt, strafften sich seine markigen Züge. Die Stimme vibrierte, eisblau blitzten die Augen.

Politik sei Show-Geschäft? Als hätte irgendjemand daran Zweifel. Schröder sei ein Schauspieler? Aber gewiss doch. Nur wäre es schiere Einfalt zu glauben,

seine Auftritte seien nur eine poppige Lüge, die das politische „Nichts“ verdecken müssten. Unverkennbar ist vielmehr, dass die emotionale Energie des Kandidaten nicht nur im Fernsehen, sondern auch im Alltag wirksam ist.

Wo immer er sich als Kanzler öffentlich zeigte, fassten Menschen ihn an, trugen ihm ihre ganz privaten Lebens- und Glückserwartungen vor. Auch heute noch ist Schröder sicher, dass er bei ihnen keine Chance hätte, wäre er nicht – „ein Stück weit“, wie sie in Berlin zu sagen pflegen – auch wirklich der Kumpel oder der Staatsmann, den er mimt, der nette Mann von nebenan oder der entschlossene Macher. Schröder: „Die Leute nehmen genau wahr, ob jemand das selbst ist oder ob er sozusagen der Schauspieler seiner selbst ist.“

Wie einst Helmut Schmidt hatte auch Gerhard Schröder nicht die geringsten Skrupel, seine Politik zu inszenieren. Wenn der Theater-Begriff Inszenierung auf der politischen Bühne bedeutet, dass die Darstellung von bestimmten Sachverhalten auf Wirkung berechnet und symbolisch verdichtet ist – was sollte daran falsch sein? „Die Politik braucht Darstellung“, sagt er, „man kann Politik nicht nur begreifen als Durchsetzung von Inhalten. Man muss sie auch begreifen als Vermittlung dessen, was man meint.“ Ob andere das Show nennen, ist Schröder egal, solange sein Handeln authentisch wirkt: „Die Darstellung muss was mit der Person zu tun haben, die das macht.“ In der Mediengesellschaft hat der Begriff „Authentizität“ in den letzten Jahren eine hitzige, wenn auch verwirrende Konjunktur erfahren, wobei gern so getan wird, als sei Authentizität ein Gegenpol zur Darstellung. In Wahrheit ist Authentizität von Politikern ohne Darstellung schwer denkbar. Wenn das Leben eines Menschen und seine persönliche Erfahrung zum Kriterium seiner Wahrhaftigkeit gemacht werden,

dann muss er seine Persönlichkeit auch ausdrücken können.

Wo hört die primäre Lebenswirklichkeit auf? Wo fängt die suggestive Bilderwelt an? Vielleicht gehört es zur Voraussetzung der Stars, die sich in diesem flüchtigen Ambiente zwischen Sein und Schein behaupten wollen, dass sie über einen festen Wesenskern, über das so genannte Eigentliche hinter dem, was alle sehen, gar nicht verfügen.

Wenn Gerhard Schröder als Politiker vor die Fernsehkamera tritt, verkörpert er tatsächlich Politik und spielt nicht nur eine Rolle – ein Begriff, den die Mediokratie – soziologisch wie theatralisch – längst hinter sich gelassen hat. Die Grenzen zwischen Person und Inhalt, Abbild und Lebenswirklichkeit lösen sich auf. Der „wahre“ Schröder bleibt trotz permanenter Präsenz ein Geheimnis, die vage Möglichkeit einer zusätzlichen Dimension von Tiefe und Abgründigem ist nicht auszuschließen. Das lässt ihn ebenso unberechenbar wie unverwechselbar erscheinen. Das ist Schröder pur.

Einen „evidenten Verfall von Individualität“ hatte Theodor W. Adorno schon in den sechziger Jahren festgestellt. Klagen über den Sozialtypus des entkernten Menschen gehören inzwischen zum verlässlichsten Bestandteil der neuen Unübersichtlichkeit. „Das Ich der Zukunft“ beschrieb das Magazin „Psychologie heute“ als ein Kaleidoskop aus fremden Meinungen, Eindrücken, Bildern und miteinander im Widerstreit liegenden Überzeugungen.

Wer täglich erlebt, wie die Profis der Politik im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit in Sekundenschnelle ihr Gesicht wechseln, den Ton verändern, oder die Logik ihrer Argumentation umdeuten, dem muten solche Theorie nicht allzu fremd an. „Patchwork-Identitäten“ nennt der Sozialpsychologe Reiner Keupp solche fraktionierten Menschen, die in der Lage sind, in jedem Augenblick ihr Ich zu dekonstruieren und situationsangemessen neu zusammen zu setzen.

Es sind Bilder, die von solchen Politikern haften bleiben, nicht Inhalte. Wer vermöchte zu sagen, wer der FDP-Chef Guido Westerwelle wirklich ist und wofür er ernsthaft steht? Guido im plüschigen Guido-Mobil, Guido mit der 18

unter'm Schuh, Guido zuerst Arm in Arm mit Spaß-Kumpel Möllemann, später zerknautscht beim Nachruf, Guido mit Bierpulle im Big Brother Container.

Guido als alles und nichts. Wie ernst er guckt, wie neckisch er lacht, ob er stottert oder eine geblünte Krawatte trägt, das bleibt beim Publikum eher in Erinnerung als irgendeine steile These zur Rentenpolitik. Was rüberkommt, sind nur in Ausnahmefällen Reste von Information, normalerweise bleibt nicht mehr als ein vager Stimmungsreiz. Für den Dortmunder Politik-Wissenschaftler Thomas Meyer ist damit eine neue politische Grundkonstellation gegeben, die er „Mediokratie“ nennt.

Wenn Politiker-Talkrunden zum „menschelnden Geschwätz“ werden und dramatische Bilder in Nachrichtensendungen sich selbst zum Inhalt machen, dann sieht er die Gefahr einer „Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem“ heraufziehen. Die ist immer dann gegeben, „wenn die dem Mediensystem eigentümlichen Regeln auf das politische System übergreifen und dessen eigentümliche Regeln dominieren oder gar außer Kraft setzen“. Der Durchschnittszuschauer wähnt sich unterrichtet, während er in Wahrheit auf unterhaltsame Weise nichts erfährt.

Die Entwicklung in diese Richtung hatte schon in Bonn begonnen. Aber sie hat sich in der Metropole Berlin rasant verschärft. 5300 Menschen arbeiteten dort schon im Jahre 2003 für die elektronischen Medien. Heute können die Berliner zwischen fast 50 TV-Kanälen und über 60 Rundfunkprogrammen wählen. Beim Bundespresseamt sind derzeit 2765 Berichtersteller ständig und viele hundert zusätzlich bei Bedarf akkreditiert. Die tägliche Zeitungsaufgabe beträgt 1,3 Millionen Exemplare, davon sind ungefähr die Hälfte Boulevard-Blätter.

Nicht von ungefähr hat Antje Vollmer, die ehemalige Vizepräsidentin des Deutschen Bundestages, schon vor Jahren ihre Kollegen gemahnt, „die Medien als eine eigenständige Machtsphäre statt als verlängerten Arm des Politischen zu begreifen“. Denn natürlich bestimmen die Medien nicht nur das Erscheinungsbild sondern beeinflussen auch die

Qualität der Demokratie in der Berliner Republik.

Sie ermöglichen dem Politiker sich in Szene zu setzen und gezielt eigene Botschaften über seine persönliche Vortrefflichkeit zu verbreiten. Sie setzen ihn aber auch dem Risiko aus, dass er unfreiwilliger Mitspieler einer Medieninszenierung wird, die Politik als unterhaltsamen Kampfsport darbietet. Fernsehen jazzt seine Helden nicht nur hoch, es entzaubert sie auch. Als Medienstars setzen sich Politiker der besonderen Aufmerksamkeit einer Öffentlichkeit aus, deren sie keineswegs sicher sein können.

Der Effekt solcher Kampfsport-Politik Bilder, ob – wie in der letzten „Elefantenrunde“ – dem wirklichen Leben abgewonnen oder – wie bei den vorhergegangenen Rede-Duellen – durch Inszenierungen produziert, ist erheblich: Nahaufnahmen rücken die Akteure den Zuschauern so dicht vor Augen, dass sie sich auf eine fast familiäre Weise an ihn oder sie gewöhnen. Die Wähler sehen, wie der Platzeck, die Merkel oder „der Joschka“ schwitzen, wenn sie unter Druck geraten, wie ihre Mundwinkel zucken und die Oberlippe zittert. Dann leiden sie mit. Oder sie erschrecken, wenn einer wie Schröder aus dem Ruder läuft.

Politiker werden durch das Fernsehen in gewisser Weise „menschlicher“, was Erwartungen auf völlig andere Eigenschaften weckt als die Fähigkeit, „die Realitäten mit innerer Sammlung und Ruhe auf sich wirken zu lassen“, die Max Weber den Politprofis abverlangte. Wer komplexe Sachverhalte darlegt, kommt als Umstandskrämer an. Wer zuhört, gilt schnell als Schläffi. Wer zuviel weiß, wirkt wie ein Streber.

Der bayerische Ministerpräsident Edmund Stoiber, der im Bundestagswahlkampf 2002 als Kanzlerkandidat der Union in einer Christiansen-Talk-Show mit Prozentzahlen um sich warf wie ein Zirkusclown mit Torten, wie die taz höhnte, fing sich eine vernichtende Presse-schelte ein. „Der Mann hat die Wirkung eines weißen DIN A4-Blatts“. Inzwischen haben seine öffentlichen Stotterreien Kultcharakter.

Ohne Zweifel ist Medienwirksamkeit zur wichtigsten Voraussetzung für eine

politische Karriere geworden, die in die Spitzenpositionen des Staates führen soll. Wer in der Bundesrepublik politisch nach ganz oben will, in die Regierung oder an die Spitze einer Partei, der muss vor allem im Fernsehen gut rüberkommen. Er muss also lernen, dass Politik eben keineswegs nur mit dem Kopf gemacht wird.

Mimik und Körpersprache, Modulation und Aussehen beeinflussen die Wirkung eines Politikers im Fernsehen nachdrücklicher als eine schlüssige Argumentation. Kommunikationsexperte haben herausgefunden, dass Überzeugungskraft nur zu 7 Prozent auf Inhalten beruht, zu 93 Prozent ist sie Folge der Darbietung und der persönlichen Ausstrahlung des Redners.

Politiker müssen also, um sich erfolgreich in Szene setzen zu können, gefällig wirken, mit flotten Sprüchen Stimmung machen können, sich extravagant aufführen, am liebsten ein bisschen schräg zur eigenen Partei argumentieren und eine charismatische Ausstrahlung haben, um in den drei Dutzend Talk-Shows gefragt zu sein. Politiker ins Spitzenämter sind immer gefragt.

Das generelle Interesse an Politik ist mit zunehmender Fernseh-Verbreitung in den sechziger- und siebziger Jahren gestiegen, auch bestreiten Meinungsbefrager nach jüngeren Umfragen eine generelle Politikverdrossenheit. Doch scheinen harte Sachdiskussionen und programmatische Zielsetzungen, nach denen die Kommentatoren der Zeitungen verlangen, das Publikum zu überfordern und zu langweilen. Das Gros der Deutschen – 73 Prozent – zweifelt an der Kompetenz der Politiker.

Es ist üblich geworden, die Entwicklungen zur „Telekratie“ mit geradezu aristokratischer Hochnäsigkeit als demokratische Entartung – sprich Amerikanisierung – zu verketzern. Und wenn ich auch die Gefahren der Boulevardisierung, des Star-Rummels und der Entwirklichung von Politik als Teil der Spaßgesellschaft ganz gewiss nicht unterschätze – im Prinzip habe ich damit kein Problem. Denn muss dieser Trend zwangsläufig zur Entpolitisierung führen? Sind Politiker wirklich nur noch Staatsschauspieler? Und ist das schließlich alles so neu?

Macht hat sich seit jeher inszeniert, und Darsteller waren Politiker immer. Genau wie Schauspieler waren sie stets auch darauf aus, ihre Zuschauer zu erreichen und Beifall und Zustimmung zu erlangen. „Die Politik ist keine Wissenschaft, wie viele der berühmten Herren Professoren sich einbilden“, sagte Bismarck 1881 im Reichstag, „sie ist eben eine Kunst“. Aber anders als professionelle Mimen spielen Politiker nicht Rollen in einem Stück, das andere geschrieben und wieder andere für sie inszeniert haben. Politiker müssen sich und ihre Inhalte selbst inszenieren – und zwar paradoxerweise so, dass beim Publikum statt einer gelungenen schauspielerischen Leistung ein Eindruck von Authentizität ankommt.

Im übertragenen Sinn geht es also für Politiker darum, die Waage zwischen Pragmatik und Theatralität im Gleichgewicht zu halten, schreiben Christine Kugler und Ronald Kurt in einem Aufsatz über „Inszenierungsformen von Glaubwürdigkeit im Medium Fernsehen“. In der Pragmatik-Waagschale finden sich die Eigenschaften, die eine Gesellschaft von ihren Politikern erwartet: Verantwortungsgefühl, Machtwille, Tatkraft, Klugheit, taktisches Geschick, Konfliktfähigkeit, Sachkompetenz, Engagement, Standhaftigkeit. In der Theatralitäts-Waagschale sind die Gestaltungsmittel – Stimme, Tonlagen, Gesten, Posen, Mimik. „Jedes Zuviel oder Zuwenig an Ausdruckskraft kann die Glaubwürdigkeit eines Politikers in Frage stellen“.

Im Grunde ist eher die Frage berechtigt, ob nicht mediale Inszenierungen in der Kommunikationswelt von heute einfach unumgänglich sind. Denn wie sonst könnten die Verantwortlichen für die hoch-komplexen und weitgehend unsichtbaren Prozesse der Politik sichtbar gemacht werden, die das Leben der Bürger entscheidend verändern? Wie anders können Politiker die Bürger wenigstens zu einer minimalen Teilhabe an der Demokratie stimulieren? Haben nicht die Zuschauer durch symbolisch zugespitzte Inszenierungen – trotz allem Showgetingels – eine privilegierte Möglichkeit, Personen der Zeitgeschichte gewissermaßen aus nächster Nähe zu betrachten und sich selber ein Bild von ihnen zu machen?

Vor allem aber sollten wir nicht vergessen, dass die Logik des Politischen auch in der Mediengesellschaft bestehen bleibt. Das Volke hat sich politische Vertreter gewählt, damit sie verbindliche Entscheidungen für das Gemeinwohl treffen. Dieser gesellschaftliche Funktionszweck mag zwar durch neue, inszenierungsbezogene Faktoren ergänzt und überformt werden. Außer Kraft gesetzt wird er nicht.

Im 15. Deutschen Bundestag von 2002 bis 2005 hatten die Abgeordneten 11072 Fragen gestellt 1049 Anträge behandelt und 643 Gesetzentwürfe beraten, von denen 385 rechtskräftig geworden sind. Weder die 90 Stunden-Sitzungswochen der normalen Parlamentarier, noch die sechzehnständigen Arbeitstage der Politprominenten bestehen vorwiegend aus Talkshows, Pressekonferenzen und öffentlichen Galaauftritten.

In unzähligen Telefonaten, Konferenzen, Beratungen und Gremiensitzungen sind Berufspolitiker damit beschäftigt, ihre Ziele und Auffassungen gegen politische Konkurrenten und Parteifreunde, gesellschaftliche und wirtschaftliche Interessengruppen und wohlmeinende Bedenkenträger durchzusetzen. Führungswille und Fingerspitzengefühl, taktisches Gespür und Entscheidungsfreude, fachliches Know-how und politische Erfahrung entscheiden über Erfolg und Misserfolg im internen Einflussgerangel. Personalisierung? Aber sicher. Ich fühle mich durch politische Inszenierungen nicht zwangsläufig entmündigt oder als Bürger missachtet. Mir erscheint es wichtig, dass sich Aufklärung heute – anstatt darüber zu lamentieren, dass Politik in der Mediengesellschaft inszeniert wird – darauf konzentrieren müsste, für diese Lage neue Kriterien bereitzustellen. Wir brauchen ein Erkennungssystem, mit dessen Hilfe die Öffentlichkeit Macht und Machart der medial vermittelten Bilder zu durchschauen lernt: Wer inszeniert? Zu welchem Zweck? Mit welchen Mitteln? Auf welchen Kosten?

Auch Bilder kann man lesen.

Mainz, 3. März 2008