

**Die Politik der Öffentlichkeit – die Öffentlichkeit der Politik.  
Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik**

Jahrestagung des Zeitgeschichtlichen Arbeitskreises Niedersachsen (ZAKN)  
vom 15. bis 16. November 2002 in Göttingen

Wie sollte eine zeithistorische Analyse aussehen, wo sollte sie ansetzen, mit welchen Modellen, Begriffen und daran geknüpften Vorstellungen sollte sie operieren, um das komplexe, wechselseitig verwobene Verhältnis 'der Politik' und 'der Medien' sowie der wie auch immer konturierten 'Öffentlichkeit(en)' zu klären, welches sich in der Bundesrepublik herausgebildet hat und heute gemeinhin unter dem Schlagwort 'Mediendemokratie' firmiert? Solche und damit zusammenhängende Fragen lagen der diesjährigen Tagung des Zeitgeschichtlichen Arbeitskreises Niedersachsen (ZAKN) zugrunde. Verteilt auf fünf Teilbereiche – etwa "Medialisierung des politischen Raums", "Politische Visualisierung" oder "Skandalisierung" – standen zehn, zumeist aus laufenden Forschungsprojekten stammende Beiträge auf dem Programm, die sich beispielhaft mit Aspekten des Themas beschäftigten und unterschiedliche Zugänge präsentierten.

In einem einführenden Referat erläuterte der Vorsitzende des Arbeitskreises, Bernd Weisbrod (Göttingen), Konzeption und Stoßrichtung der Tagung. Ausgehend von der Überlegung, daß weder reine Mediengeschichte (als Untersuchung der materiellen, institutionellen und inhaltlichen Entwicklung der Medien selbst oder ihrer Akteure) noch "klassische" Politikgeschichte den für die jüngere Zeitgeschichte konstitutiven Wechselbeziehungen und Verflechtungen gerecht werden könne, kritisierte er Unzulänglichkeiten bestehender Forschungsansätze. Aus den vermeintlich die Politik dominierenden Eigengesetzlichkeiten der Medien einerseits oder aus deren manipulativer Nutzung durch die Politik andererseits sei die Entwicklung der Mediendemokratie nicht zu erklären. Außerdem vermißte Weisbrod das Fehlen einer brauchbaren Vorstellung von 'Öffentlichkeit'; deren formale Auffassung als 'Kommunikationsraum' oder fiktive Institution verwarf er. Da mediale Repräsentation oder Inszenierung von Wirklichkeit selber als politisch relevanter und wirkungsmächtiger Faktor zu begreifen sei, müsse Öffentlichkeit als Prozeß gedacht werden. In diesem Sinne solle "Politische Medialisierung" verstanden werden als ein historischer Vorgang der situativen Aktualisierung von politisch-medialen Zusammenhängen, der die Herstellung von Öffentlichkeiten und ein spezifisch politisches Kommunikationsbewußtsein selber umfasse. Damit ließe sich ein Zugang gewinnen, der eine problematische kategoriale Trennung von 'Politik' und 'Medien' überwinden helfe.

**"Die Medialisierung des politischen Raums"**

Dem vor allem politikwissenschaftlich etablierten Untersuchungsgegenstand der Wahlkampf-kommunikation widmete sich die erste Sektion. Der Werkstattbericht von Thomas Mergel (Bochum) über die "gebremste Amerikanisierung" umfaßte die breite Spanne von 1949 bis etwa 1990. Anknüpfend an jüngere Beiträge zur lang anhaltenden Debatte betonte er die prägende Kraft von spezifischen Elementen der "nationalen politischen Kultur", die als wirksame Barrieren gegen eine Amerikanisierungstendenz fungiert hätten. Diese Eigenart könne im deutschen Fall, so Mergel, als eine "Semantik der Sachlichkeit" umschrieben werden, die sich in den Erwartungen des Publikums an die Politik sowie (teilweise daraus resultierend) im Wahlkampfstil und in der medialen Präsentation auffinden lasse. Vor dem Hintergrund der bis in die frühen 60er Jahre

ausgesprochen hitzigen Lagerwahlkämpfe beleuchtete Mergel ferner den Zusammenhang von "Sachlichkeits"- und Fairneß-Diskurs.

Hatte Mergel u.a. im relativ geringen Grad der Personalisierung einen Effekt des Stils der "Sachlichkeit" ausgemacht, so vermittelten die Ausführungen von Daniela Münkel (Hannover) ein diesbezüglich abweichendes Bild. Am Beispiel von Willy Brandt untersuchte sie Kreation, Vermittlung und Aufnahme des sich wandelnden Images eines Kanzlerkandidaten – vom "deutschen Kennedy" zum "deutschen Helden". Begleitende SPD-Kampagnen sowie Gegenstrategien des politischen Gegners ("Vaterlandsverräter") wurden ebenfalls berücksichtigt. An den Imageveränderungen lasse sich der gesellschaftliche und mediale Wandel in der Bundesrepublik der sechziger Jahre ablesen, argumentierte Münkel.

### "Politische Visualisierung"

Annäherungen an die in den letzten Jahrzehnten stetig gewachsenen 'Bilderfluten' wurden im zweiten Abschnitt der Konferenz vorgenommen. Aus einer eher an aktuellen Gegebenheiten ausgerichteten, medienwissenschaftlichen Perspektive erkundete Knut Hickethier (Hamburg) die Darstellung von Politik im Fernsehen unter Bezug auf das medienzentrierte Modell des "Dispositivs" als Anordnungsverhältnis von Individuum und Medium, welches den Blick des Zuschauers zwar determiniere, jedoch nicht völlig überwältige. Daneben erläuterte Hickethier die medienspezifischen Präsentationszwänge (Vereinfachung, polare Schematisierung, Personalisierung, Dramatisierung) und behandelte insbesondere die Konsequenzen der strukturellen Unterhaltungsorientierung des Fernsehens für die Politikdarstellung. Diese folge zwar tendenziell fiktionalen und dramaturgischen Mustern, doch sei wegen differenzierender Grenzen zwischen etablierten TV-Teilöffentlichkeiten eine völlige 'Entertainisierung' nicht zu erwarten.

Zurück in die 50er und 60er Jahre führte der Vortrag von Habbo Knoch (Göttingen), der entlang einer "visuellen Gewaltspur" Überlegungen zur Entwicklung des politischen Fotojournalismus in der Bundesrepublik vorstellte. Vor dem Hintergrund der allgemeinen Politisierung der medialen Öffentlichkeit versuchte er zu zeigen, wie sich der noch überwiegend provinzielle, eher harmonisierende westdeutsche "Bildhaushalt" der 50er Jahre veränderte – verursacht u.a. durch einen Wandel der Publikationsweisen, Stile und eine neue Fotografengeneration, v.a. aber durch das allmähliche Eindringen enttabuisierender Gewaltbilder etwa aus Entkolonisierungskonflikten und die Übertragung entsprechender "Bildmuster" in europäische Kontexte. In diesem Zusammenhang lasse sich eine wechselseitige Verschränkung von "Bildkulturen" und dem Wandel der politischen Kultur deutlich machen.

### "Politische Skandalisierung"

Mit der medial getragenen 'Aufregung' über politische und moralische Verfehlungen beschäftigten sich Frank Bösch (Göttingen) und Christina von Hodenberg (Berkeley), die leider nicht anwesend sein konnte (der Vortrag wurde verlesen). Beide führten 'den Skandal' auf zugrundeliegende gesellschaftliche Normkonflikte zurück und beide konstatierten im Vergleich zu den "langen 60er Jahren" eine relative 'Skandalarmut' der frühen und mittleren 50er Jahre. Bösch ging hier ausführlicher darauf ein, warum sich – trotz durchaus vorhandenen Potentials und versuchter Skandalisierungen – überwiegend keine breitere Empörung entfaltet habe. Schließlich widmeten sich beide Beiträge der Frage, wodurch der zunehmende Erfolg der Skandalisierungen in den 60er Jahren neben allgemeiner Politisierung und Polarisierung auch der Medienlandschaft zu erklären sei. Die steigende Verbreitung des Fernsehens sei dabei zwar ein bedeutsamer, aber nicht der alleinige oder entscheidende Faktor. Zu berücksichtigen wären laut Bösch u.a. der Bedeutungszuwachs innenpolitischer Fragen, ein Einstellungswandel gegenüber Enthüllungen (die zunehmend als demokratische Notwendigkeit angesehen worden seien) sowie Grenzverschiebungen in den Berei-

chen der Thematisierbarkeit und der politischen Steuerung der Medien. Christina von Hodenberg verwies zudem auf eine Aufwertung des politischen Journalismus und legte besonderes Gewicht auf einen Generationswechsel in den Leitungsgremien der Medien: Die Abkehr vom älteren "Konsensjournalismus" und die anschwellende Skandalentfachung sei v.a. befördert worden durch den Aufstieg von Angehörigen der sog. "45er"-Generation (Geburtsjahrgänge 1920-1932), die – neben karrieristischen Motiven – von der Notwendigkeit von Kritik und Veränderung überzeugt gewesen seien.

#### "Mediale Politisierung"

Im Unterschied zu den meist eher kurzlebigen Skandalen rückten in der folgenden Sektion längerfristige Dimensionen medial verhandelter Themen sowie die Funktion der Medien als Katalysatoren politischen Wandels in den Vordergrund. So kam ab Mitte der 60er Jahre mit der Debatte über Unehelichkeit ein Thema auf, das zuvor tabuisiert oder nur in mit gesetzlichen Reformen befaßten Fachkreisen zuhause gewesen war. Anhand einer exemplarischen Analyse einer Artikelserie in der Frauenzeitschrift Constanze ("Fräulein Mutter", 1967) erörterte Sybille Buske (Freiburg) die Form der medialen Aufbereitung und betrachtete überdies deren Effekte: die Organisation betroffener Alleinerziehender als Selbsthilfe- und 'pressure group'. Trotz Rückgriff auf traditionelle Deutungsmuster (Illegitimität als Makel, ahnungslose Frauen, enttäuschte Heiratsersparungen) hätten die Medienberichte auf einen gesellschaftlichen Einstellungswandel abgezielt. Die Debatte stehe mithin im Kontext zeitgenössischer Konflikte um soziale Normen und Demokratisierung.

Ebenfalls als einen Bestandteil der in der ersten Hälfte der 60er Jahre "schleichenden" Politisierung wertete Willibald Steinmetz (Bochum) die von ihm untersuchte Entwicklung der Contergan-Affäre, die er gleichzeitig als "Indikator und Faktor" des sich vollziehenden politik-kommunikativen Wandels kennzeichnete. Steinmetz richtete den Blick auf den Übergang des Falls aus einer "vorpolitischen" (allein fachöffentlichen) in die politische Sphäre; hierbei schrieb er der Binnenlogik der Medien entscheidende und initiiierende Bedeutung für die – allerdings mit "Spätzündung" – erst 1962 richtig in Gang gekommene Befassung mit dem Thema zu. Zudem beschrieb er die zögerlichen Reaktionen der Politik (v.a. des neugegründeten Gesundheitsministeriums unter Elisabeth Schwarzhaupt) gegenüber den betroffenen Familien als unzureichend und rein defensiv sowie gegenüber den Medien als dilettantisch.

#### "Ikonische Öffentlichkeiten"

Im letzten Abschnitt der Tagung ging es schließlich um die medialen Qualitäten der Produktkultur. Dem Industrie-Design als Beispiel für die Beziehung zwischen Ästhetik und Öffentlichkeit sowie als Instrument staatlicher Wirtschafts- und Kulturpolitik widmete sich Paul Betts (Sussex). Er erinnerte an die international führende Bedeutung deutschen Gebrauchsgüter-Designs – vom WMF-Besteck bis zum Bosch-Kühlschrank – in den 50er Jahren, die u.a. auf dessen Aufwertung als Mittel zur Exportbelebung wie zur (quasi-diplomatischen) Präsentation eines kulturellen Neubeginns zurückzuführen sei. Der Bruch mit der nationalsozialistischen Verbindung von Ästhetik und Politik sei gleichsam einhergegangen mit einer Ästhetisierung von Heim und Familie als Stützpfeilern des neuen Staates; eine moderne Wohnungsausstattung könne insofern als Ausweis erfolgreicher Neuorientierung gewertet und zugleich natürlich als Ausdruck der letztendlich politische Loyalität erzeugenden materiellen Prosperität und der identitätsstiftenden Konsumchancen betrachtet werden. Daß jedoch auch im Hinblick auf Design, Ästhetik und Konsum nach 1945 nicht von einem völligen Neuanfang die Rede sein könne, machte Betts ebenfalls deutlich.

Weniger der Formgebung, sondern vielmehr der "konnotativen Aura" einer spezifischen Gattung von Konsumgütern galt die Aufmerksamkeit des folgenden Beitrags: Rainer Gries (Jena)

behandelte die Kommunikationsgeschichte ubiquitärer Markenprodukte, ihre medialen Leistungen und die daraus ableitbaren politischen Implikationen. Die als "deutsche Norm" etablierte Universalcreme Nivea diene dabei als zentrales Beispiel. Aufgrund langfristiger Präsenz, dauerhafter Erfahrung und Kommunikation mit und über Markenartikel würden diese Vertrauen erzeugen. Ein vom "Produktvertrauen" ausgehendes Bewußtsein von Konstanz gewährleiste Orientierung und Sicherheit über den Konsumbereich hinaus und könne insbesondere in Zeiten zunehmender Komplexität (etwa in den 60er Jahren) auch die Bildung von Vertrauen in Gesellschaft und Staat unterstützen, legte Gries dar.

In den Diskussionen zu den einzelnen Beiträgen, die Helmut Korte (Göttingen), Karl Christian Führer (Hamburg), Adelheid von Saldern (Hannover) und Axel Schildt (Hamburg) mit Kommentaren einleiteten, wurden mehrfach die diagnostizierte Zirkularität und Selbstreferentialität medialer Inszenierungen sowie deren Konsequenzen für die historische Forschung thematisiert. Ferner ging es um die Frage, ob mit dem Begriff der "Politischen Medialisierung" eine neue zeithistorische Konturierung zu gewinnen sei bzw. inwiefern diese deckungsgleich sei mit der Epochegebund durch den Wandel der "Medienensembles" oder durch die politischen Zäsuren in der Nachkriegszeit. Die Entwicklung des durch "Politische Medialisierung" geschaffenen Öffentlichkeitsbewusstseins verschob offenbar in signifikanter Weise nicht nur die Grenze zwischen dem staatlichen Arkanum und dem Öffentlichkeitsanspruch der Medien, sondern überhaupt die Grenze zwischen dem privaten Geheimnis und der politischen Verantwortlichkeit. Damit wurden in der Geschichte der Bundesrepublik entscheidende Weichen für die Demokratisierung des politischen Gemeinwesens und die Pluralisierung der offenen Gesellschaft gestellt. Andererseits ergaben sich aus der näheren Betrachtung der einzelnen Fälle von "Politischer Medialisierung" eine Reihe von offenen Fragen, die neben der doppelten Repräsentationsgeschichte von Politik auf die Bedeutung der klassischen politischen Kategorien von Macht und Interesse verwiesen. Ob sich allerdings solche Fragen allein mit der Verwendung des Generationsbegriffs lösen lassen, schien angesichts der komplexen Marktveränderung des Mediengewerbes fraglich, dessen ökonomische Basiserweiterung seit den sechziger Jahren neue Regeln des öffentlichen Aufmerksamkeitsregimes erlaubte und erzwang. Die Konferenzbeiträge sollen im Herbst 2003 in der Reihe des Zeitgeschichtlichen Arbeitskreises Niedersachsen bei Wallstein in Göttingen erscheinen.

Georg Wamhof

### Copyright

Arbeitsgemeinschaft außeruniversitärer historischer Forschungseinrichtungen  
in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2003.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der AHF in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

AHF, Aldringenstraße 11, 80639 München  
Telefon: 089 - 13 47 29, Fax: 089 - 13 47 39  
E-Mail: [info@ahf-muenchen.de](mailto:info@ahf-muenchen.de), Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

### Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:

AHF-Information. 2003, Nr.015

URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2003/015-03.pdf>