

Unterhaltungsrepublik Deutschland

Schriftenreihe Band 1258

Andreas Dörner/Ludgera Vogt (Hrsg.)

Unterhaltungsrepublik Deutschland

Medien, Politik und Entertainment

Bonn 2012

© Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86, 53113 Bonn

Redaktion: Hildegard Bremer
Lektorat: Yvonne Paris, Eik Welker

Diese Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung der Bundeszentrale für politische Bildung dar. Für die inhaltlichen Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

Umschlaggestaltung: Michael Rechl, Kassel

Umschlagfotos: Hannibal Hanschke/Reuters/Corbis (l.), Tom Trierweiler/laif (M.),
Thomas Wieck/Fotofinder (r.)

Emoticons S. 240/241: © Pekchar - Fotolia.com

Satzherstellung: Naumilkat, Düsseldorf

Druck: CPI books GmbH, Leck

DVD: Redaktion: Arne Busse (verantwortlich bpb), Michael Mosel

Technische Umsetzung: Michael Mosel

Herstellung: interdisc Media GmbH & Co. KG, Alsdorf

ISBN: 978-3-8389-0258-6

www.bpb.de

Inhalt

I. Einleitung

ANDREAS DÖRNER / LUDGERA VOGT

Unterhaltungskultur als politische Kultur: Politikvermittlung
in der Gegenwartsgesellschaft 11

II. Das Leitmedium: Fernsehen

KNUT HICKETHIER

Fernsehen in Deutschland: Produktionsbedingungen,
institutionelle und ökonomische Struktur 35

JÖRG-UWE NIELAND

Politikvermittlung im Kinderkanal und in deutschen Daily Soaps:
Anreize zur Politisierung? 52

INGRID BRÜCK

Der Fernsehkrimi, ein Universalgenre mit Moral 67

ANDREAS DÖRNER

Geschichtsfernsehen und der historisch-politische Eventfilm
in Deutschland 82

ELISABETH KLAUS

Reality-TV zwischen Unterhaltung und Information,
zwischen Disziplinierung und Ermächtigung 96

LUDGERA VOGT

Die Talk-Kultur in Deutschland: Politik zwischen öffentlichen
Berufs- und Privatrollen 112

III. Der Kinofilm als politisches Medium

MALTE HAGENER

Kinofilm in Deutschland: Produktionsbedingungen,
institutionelle und ökonomische Struktur 129

EDGAR WOLFRUM/CATRIN WEYKOPF Politische Geschichte – Geschichte als Politikum? Die Darstellung der Vergangenheit im deutschen Kinofilm	143
WINFRIED PAULEIT Das Politische im Unpolitischen: Der Unterhaltungsfilm, Tom Tykwer und die Berliner Republik	157
FRANK LESSKE Politik im Hollywoodfilm	170
IV. Politische Unterhaltung am Computer	
CHRISTOPH NEUBERGER/CHRISTIAN NUERNBERGK Das Internet in Deutschland: Produktionsverhältnisse, Strukturen und Ökonomie	189
RAMÓN REICHERT Uploading Politics: »YouTube« und die Herausbildung einer zivilgesellschaftlichen Medienpolitik	203
TOBIAS BEVC Online-Computerspiele	217
ANGELA KREWANI Fankulturen im Web 2.0	233
V. Printmedien als Unterhaltungskultur	
JOHANNES RAABE Printmedien in Deutschland: Produktions- und Rahmen- bedingungen, ökonomische Strukturen und gesellschaftliche Bedeutung	249
MARGRETH LÜNENBORG Boulevardjournalismus	264
DORIS KATHEDER Jugendprintmedien im Diskurs politischer Bildung	279
INGRID TOMKOWIAK »Wenn Dan Brown eine Sekte wäre – würde ich beitreten!« Zur politischen Relevanz von Verschwörungsromanen	292

VI. Anhang

ANDREAS DÖRNER/LUDGERA VOGT Kommentierte Auswahlbibliografie	309
Die Autorinnen und Autoren	319

I. Einleitung

Unterhaltungskultur als politische Kultur: Politikvermittlung in der Gegenwartsgesellschaft

1 Einleitung

Zwei wichtige Institutionen der deutschen Fernsehunterhaltung haben im Jahr 2010 Jubiläen gefeiert, die für die schnelllebige Zeit der Gegenwartskultur äußerst beeindruckend sind: der »Tatort« wurde seit 40 Jahren gesendet, und die »Lindenstraße« konnte auf immerhin 25 Jahre Ausstrahlungstradition zurückblicken. Diese Formate stehen nicht nur für eine geradezu anachronistisch anmutende Kontinuität, sondern sie stellen auch zentrale Schnittstellen zwischen Unterhaltungskultur, politischer Kultur und Politikvermittlung dar.

Schon die erste Folge der Reihe »Tatort«, die am 29. November 1970 unter dem Titel »Taxi nach Leipzig« gesendet wurde, begann mit einem Fernschreiben des Generalstaatsanwaltes der DDR an die bundesdeutschen Ermittlungsbehörden mit der Bitte um Unterstützung in einem Mordfall. Später entfaltet sich eine Geschichte, in der die Problematik deutsch-deutscher Familienverhältnisse im Zeitalter des Kalten Krieges exemplarisch erzählt wird. Die Jubiläumsfolge der Reihe, ausgestrahlt am 28. November 2010, griff mit der neuen Ermittlerfigur Felix Murot vom hessischen LKA ebenfalls ein Kernthema der politischen Kultur in Deutschland auf. Hier ging es um die RAF und den Umgang des deutschen Rechtsstaats mit der terroristischen Bedrohung. Der mit Ulrich Tukur in der Hauptrolle höchst prominent besetzte Krimi deckt eine Verstrickung früherer hoher BKA-Beamter in skandalöse Fälle auf: Hinweise von verdeckten V-Leuten waren unterschlagen und tödliche Attentate bewusst in Kauf genommen worden, damit der »starke Staat« noch bessere Legitimationen für eine härtere Gangart gegenüber der RAF bekam. Die fiktionale Erzählung reflektierte damit Diskussionen um die zuvor erfolgte Wiederaufnahme des Verfahrens im Mordfall Buback und den Prozess gegen Verena Becker, der im September des gleichen Jahres begann.

Nur zwei Wochen nach diesem »Tatort« wurde die Sonderfolge zum 25-jährigen Jubiläum der »Lindenstraße« ausgestrahlt. Die Dauerserie hatte in den über 1 300 Episoden immer wieder tagespolitische und politisch-kulturelle Themen aufgegriffen, von der Auseinandersetzung mit der NS-Vergangenheit bis zum Atomstrom, vom Multikulti-Idyll bis zu gleichgeschlechtlichen Elternpaaren. In den aktuellen Folgen um das Jubiläum herum war es die außermedial tatsächlich existierende Initiative »Stolpersteine« des Künstlers Gunter Denning, der europaweit schon in mehr als 600 Kommunen Gedenksteine zur Erinnerung an die Opfer des NS-Regimes verlegt hat. In der »Lindenstraße« engagierten sich Mutter Beimer und ihr Sohn Klaus für einen solchen »Stolperstein« in ihrer Straße. Immer wieder kommentieren die Folgen der Serie zudem das tagespolitische Geschehen mit nachproduzierten Aktualisierungen, die sich noch am Sonntagabend auf Ereignisse der jeweils vergangenen Woche beziehen können.

»Tatort« und »Lindenstraße«, das sind nur zwei besonders prominente Beispiele aus einem weiten Spektrum von Unterhaltungskultur, das sich mit politischen Realitäten befasst und damit – teils intendiert und teils als ungewollter Nebeneffekt – Politikvermittlung betreibt. Diese Form der Kommunikation ist für die politische Kultur der Gegenwartsgesellschaft hochrelevant geworden. Unterhaltende Rahmungen stellen hier eine nicht hintergehbare Bedingung dafür dar, dass man mit politischen Themen überhaupt noch weite Teile der Bevölkerung erreicht. Für diesen Zusammenhang lassen sich im Herbst 2010 drei weitere bemerkenswerte Belege anführen.

So trat der amtierende Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika, Barack Obama, persönlich in einem Comedy-Format auf. Diese Meldung hätte noch vor wenigen Jahren ungläubiges Kopfschütteln hervorgerufen. Zwar war der Präsident schon häufig Zielscheibe von Kabarettisten und Comedians, das ist nichts Neues und gehört seit vielen Jahrzehnten zum normalen Geschäft der Medienbranche. Dass Obama jedoch am 27. Oktober 2010 tatsächlich selbst den Weg ins Studio der »Daily Show« fand, mit der Jon Stewart seit geraumer Zeit für den Sender Comedy Central beste Quoten produziert, zeigt doch einen weitergehenden politisch-kulturellen Wandel an. Obama versuchte mithilfe des Fernsehauftritts die schlechten Umfragergebnisse vor den Kongresswahlen zu verbessern mit dem klaren Kalkül, über die Feel-Good-Stimmung des Unterhaltungsformats die schlechte Stimmung in der Wählerschaft zu heben. Dass der Versuch letztlich misslang, lag vielleicht auch daran, dass der Politiker es nicht schaffte, eine gelungene Balance zwischen der Ausgelassenheit der Comedy-Szene und der Seriosität des Amtes herzustellen, wie die Beobachter einvernehmlich konstatierten.

Das zweite Beispiel ist der ehemalige Bundesverteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg, der im Dezember 2010 neue mediale Wege beschritt. Er nahm auf seine Afghanistan-Reise Ehefrau Stephanie mit, eine Konstellation, die üblicherweise nur Kanzler oder Bundespräsidenten praktizieren. Das Ehepaar Guttenberg inszenierte sich jedoch bewusst als gemeinsame Marke. Homestorys in der Boulevardpresse und zuvor absolvierte TV-Auftritte wie der bei »Wetten dass...?« zeigten Züge eines amerikanisierten Stils in der Präsentation, die an Paare wie die Clintons und die Obamas denken lassen. Bemerkenswert erscheint jedoch vor allem, dass der Minister in seinem Tross auch Talkmaster Johannes B. Kerner mitführte, der vor Ort in Mazar-e Sharif eine »Kerner Spezial«-Sendung aufnahm (Ausstrahlung am 16.12.2010 auf Sat.1). Hier kamen neben dem Minister auch zahlreiche Soldaten zu Wort, die vor Ort stationiert waren. Die große öffentliche Aufmerksamkeit für die Reise führte dazu, dass das Thema Afghanistan und auch die damit verbundenen Probleme wie die Traumatisierung von Soldaten viel größere Beachtung fanden als zuvor. Eine Personality-Talkshow aus dem Kriegsgebiet, das markierte in Deutschland ein Novum und macht nochmals deutlich, dass Formate wie »Kerner« (Sat.1), »Menschen bei Maischberger« (ARD) oder »Markus Lanz« (ZDF) zu zentralen Orten der Politikvermittlung geworden sind.¹

Drittens schließlich startete ProSieben am 9. November des Jahres das Comedy-Quiz »Ahnungslos«. Hier richten die durch den Musiksender MTV populär gewordenen Moderatoren Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf spielerisch politische Fragen an Kandidaten, die gar nicht wissen, dass sie in dem Moment Kandidaten einer Quizshow sind. Die Bundeszentrale für politische Bildung hat das Format mit vorbereitet und beraten, um auf diesem Wege die Zielgruppe der bildungs- und politikfernen Jugendlichen anzusprechen. Ziel ist es, über ein jugendaffines Comedy-Format politische Realitäten zumindest ansatzweise an die Zielgruppe heranzutragen. All dies deutet darauf hin, dass sich die Rahmenbedingungen und Funktionslogiken der Politikvermittlung in der Gegenwartsgesellschaft stark verändert haben.

Diese veränderten Rahmenbedingungen sind im Folgenden Gegenstand einer genaueren Betrachtung. Dazu soll zunächst eine Erörterung darlegen, was unter dem Begriff »politische Kultur« verstanden wird und wie sich diese Dimension der politischen Realität im Zeitalter der medialen Erlebnisgesellschaft entwickelt hat. Politische Kultur und Medienkultur sind heute sinnvoll nicht mehr getrennt voneinander zu denken. In einem weiteren Schritt wird die Besonderheit der unterhaltenden Rahmung von politischer Kommunikation diskutiert und dabei auch dargelegt, warum

es für alle Beteiligten so attraktiv ist, unterhaltungskulturell zu kommunizieren.

2 Politische Kultur

Mit dem Konzept der politischen Kultur wird die Perspektive der Menschen in die Betrachtung von Politik eingeführt.² Politische Realität ist aus dem Blickwinkel der politischen Kultur immer als eine durch den Menschen gedeutete Realität zu betrachten. Nicht »bloße Fakten« im Sinne der Existenz dieser oder jener Institution, dieses oder jenes Verfahrens sind also hier entscheidend. Im Zentrum stehen vielmehr die Wahrnehmung und Verarbeitung eben dieser »Fakten« durch die Akteure, die innerhalb einer Gesellschaft handeln. Politische Kultur ist dabei kein individuelles Phänomen, sondern eine kollektive Größe, die man mit anderen teilt. Politische Kultur besteht konkret aus Wahrnehmungs- und Deutungsmustern, aus Erwartungshaltungen, Werten und Normen, aus Einstellungen und Vorstellungen, Wissensbeständen und Identitäten, Gefühlen und Normalitätsstandards, die das politische Alltagsleben in einer Gesellschaft prägen.

Politische Kultur umschreibt den Raum dessen, was »man« in einem Gemeinwesen legitimerweise tun und lassen kann, wie »man« hier üblicherweise denkt und handelt, fühlt und wahrnimmt, was von der Politik erwartet wird und wie die jeweils eigene Rolle als Akteur definiert ist. Mit Karl Rohe lässt sich politische Kultur fassen als »die für eine soziale Gruppe maßgebenden Grundannahmen über die politische Welt und damit verknüpfte operative Ideen (...). Diese Grundannahmen stellen so etwas wie Maßstäbe dar, anhand derer Politik wahrgenommen, interpretiert und beurteilt wird«³.

Politische Kultur definiert den Raum des Sagbaren und dadurch auch den Raum des Machbaren. Verschiedene Kulturen, die über durchaus vergleichbare institutionelle Arrangements und ähnliche politische Systemstrukturen verfügen, weisen in den Problemdefinitionen und Problemlösungen gleichwohl große Unterschiede auf. So lässt sich erklären, warum etwa westliche Gesellschaften trotz vergleichbarer Systemausstattungen auf ähnliche Problemlagen, zum Beispiel auf Weltwirtschaftskrisen, ganz unterschiedlich reagieren.

Wenn man es verkürzt, aber anschaulich benennen will, dann stellt die politische Kultur so etwas wie die »Software« dar, mit der man im Rahmen einer institutionellen »Hardware« operieren kann. Von der Qualität der Software hängt bekanntlich eine ganze Menge ab. Und dort, wo Hard-

ware und Software nicht zueinander passen, wo wir es beispielsweise mit einer »Demokratie ohne Demokraten« zu tun haben wie seinerzeit in der Weimarer Republik oder heute in vielen Entwicklungs- und Schwellenländern, da kommt es zu massiven Funktionsproblemen. Das institutionelle System kann noch so klug konstruiert sein; wenn die Dispositionen der Bürger dazu nicht stimmen, wird die Ordnung als solche scheitern.

Kultur ist gleichzeitig jeweils Institution und Instrument menschlicher Praxis. Einerseits wachsen wir alle jeweils in eine politische Kultur hinein, die uns als gegebene Institution entgegentritt und verlangt, dass wir uns in unserem Handeln dieser Gegebenheit anpassen. Auf der anderen Seite kann aber jeder Akteur Elemente der politischen Kultur nutzen, um instrumentell seine je eigenen Handlungsziele zu erreichen. So greifen Politiker gerne auf die Symbolbestände einer politischen Kultur zurück, um ihre konkreten Strategien umzusetzen: Man beschwört gemeinsame Vergangenheiten, bekannte Symbole und Rituale, Schlüsselwörter der politischen Sprache, um diese als Legitimation für das eigene politische Projekt zu nutzen. Je besser ein Akteur die Selbstverständlichkeiten einer politischen Kultur als Institution kennt, umso wirksamer kann er instrumentell handeln.

Jeder Kultur kommt dabei neben der Inhaltsseite auch eine zeichenhafte Ausdrucksseite zu. Insofern sind politische Kulturen als »semiotische Institutionen« aufzufassen. Jede politische Vorstellungswelt materialisiert sich sinnlich fassbar in Form von Zeichenwelten. Vor allem zum Verständnis des langfristigen Charakters von Kultur ist der Aspekt der ausgeprägten Form von höchster Relevanz. Nur über Formung ist Kultur auf Dauer zu stellen, ist kulturelle Einbindung zu sichern: »Forms are the food of faith«, heißt es bei Arnold Gehlen⁴. Damit kulturelle Form lebendig bleibt und nicht ins Folkloristische und Museale absinkt, ist freilich auch eine stetige kommunikative Praxis erforderlich, welche die Konstruktionen von kulturell geteiltem Sinn stets erneuert.

Die Präsenz von Symbolen, Mythen und Ritualen im öffentlichen Zeichenraum versichert die Mitglieder einer politischen Gemeinschaft der Festigkeit der politischen Ordnung und gibt ihnen ein stabiles Gefühl der Zugehörigkeit. Wo dies nicht der Fall ist, wo – wie etwa in der Weimarer Republik – die symbolischen Manifestationen des demokratischen Denkens sogar demontiert und verächtlich gemacht werden, da kann sich eine entsprechende politische Kultur nicht als unhinterfragte Selbstverständlichkeit herausbilden.

3 Politische Kultur und Medienkultur

Politische Kultur und Medienkultur stehen in einem engen Wechselverhältnis zueinander. Moderne Gesellschaften sind in immer größerem Maße zu Mediengesellschaften geworden. Die Deutschen verbringen heute im Durchschnitt gut sechs Stunden täglich mit massenmedialer Kommunikation, wogegen sie nur etwa eineinhalb Stunden personal, von Angesicht zu Angesicht, kommunizieren.⁵ Massenmedien durchdringen allgegenwärtig den modernen Alltag, und diese Entwicklung ist es, die den Begriff der »Mediengesellschaft« rechtfertigt. Der Zeichen- und Wahrnehmungsraum, der durch die Medien umschrieben wird, definiert den Menschen ihre Selbstverständlichkeiten und Normalitäten. Das hat stets zugleich zwei mögliche Konsequenzen, die auch empirisch beobachtbar sind. Zum einen fungiert der Mediendiskurs als Befestigung des kulturellen Status quo. Mediensysteme sind heute in der Regel marktförmig organisiert, und die Anbieter müssen darauf achten, dass sie die Erwartungen des Publikums möglichst genau bedienen. Erwartungen, Normalitätsvorstellungen, Werte und Sinnkonstrukte werden somit stabilisiert und auf Dauer gestellt. Dies ist insofern sehr wichtig, als die »Partitur« politisch-kultureller Vorstellungs- und Deutungsmuster einer ständigen »Aufführung« bedarf, wenn sie nicht verblasen oder zur bloßen Folklore absinken soll. Die Medien führen uns – beinahe rituell – die geltenden Selbstverständlichkeiten in immer wieder neuer Form vor und halten sie somit im kulturellen Gedächtnis lebendig. Medien dienen somit der Traditionssicherung politischer Kulturen.⁶

Auf der anderen Seite bewirkt die Verstärkerfunktion, dass bestimmte Veränderungstendenzen zunehmen – wenn sie von einflussreichen Akteuren aufgegriffen werden oder aufgrund ihres Aufmerksamkeitswertes besonders mediengängig sind. Daher können Medien immer auch Verstärker von Wandlungsprozessen sein. Dies geschieht, indem sie etwas »Neues« – eine neue Wertpräferenz, einen neuen Way of Life – immer wieder in den öffentlichen Wahrnehmungsraum bringen, dadurch »normalisieren« und bei anderen Teilen der Bevölkerung Akzeptanz erzielen.

Die wichtigste Funktion der Massenmedien liegt darin, politische Kultur sichtbar zu machen. Vorstellungswelten, Werte, Normalitäten und Identitäten nehmen hier weithin wahrnehmbar sinnliche Gestalt an. Diese Visibilisierung des Kulturellen ist die Grundvoraussetzung für die Präsenz der Kernbereiche einer politischen Kultur im Wahrnehmungsraum der Bürger. Das geschieht zum einen im Alltagsgeschäft der Medien, indem sie uns anhand konkreter Ereignisse und konkreter Personen anschaulich

vorführen, wie die politische Welt funktioniert, wer in ihr handelt, wo die Probleme liegen und wie die Lösungsstrategien aussehen. Zum anderen sind es die großen Medienereignisse, die uns bestimmte Tendenzen und Konfliktlinien, die sonst eher im Hintergrund verbleiben, plötzlich grell sichtbar vor Augen führen.⁷

Die Verstärkerfunktion der Medien für Konstanz und für den Wandel von Kultur macht deutlich, dass der Mediendiskurs gleichzeitig auf der *soziokulturellen* wie auf der *deutungskulturellen* Ebene von politischer Kultur anzusiedeln ist. Einerseits werden Wahrnehmungs- und Deutungsrou-tinen und somit auch politisch-kulturelle Traditionen verstärkt. Damit sind die Medien ein Bestandteil der Soziokultur. Sie stabilisieren Selbstverständlichkeiten, die wiederum in der Anschlusskommunikation durch die Mediennutzer problemlos in deren Horizont integriert werden können. Auf der anderen Seite ist nicht zu übersehen, dass Akteure mithilfe der verstärkenden Medien auch bewusst Einfluss auf die jeweilige politische Kultur nehmen können. Hier sind sie Bestandteil der politischen Deutungskultur einer Gesellschaft. Gerade die fest in der Alltagswelt der Nutzer verankerten Medien wie Hörfunk und Fernsehen können im Prozess der Verschiebung politisch-kultureller Normen und der Etablierung neuer Bildwelten eine entscheidende Rolle spielen. Noch immer haben die Massenmedien bei den Nutzern einen hohen Glaubwürdigkeitskredit vorzuweisen, und prominente Akteure erzielen im Forum der Medienöffentlichkeit mit ihren Äußerungen nachhaltige Wirkungen.

4 Politische Kultur und Unterhaltungskultur

In zunehmendem Maße wird auch der Unterhaltungssektor zum Forum politischer Kommunikation.⁸ Wenn man einmal den Blick auf den fiktionalen Bereich von Kinofilmen und Fernsehserien lenkt, dann wird erkennbar, dass auch hier deutungskulturelle Versuche einer bewussten Gestaltung des öffentlichen Wahrnehmungsraums allenthalben beobachtbar sind. Filmemacher wie Oliver Stone oder Spike Lee beispielsweise verfolgen in der US-amerikanischen Medienkultur sehr genau umrissene Projekte der Stellung- und Einflussnahme in der politischen Öffentlichkeit. So propagiert Stone in seinen Filmen eine links-republikanische Position, Lee versucht, das kritische politische Bewusstsein der Schwarzen zu stärken. Produzenten wie Norman Lear haben mit ihren TV-Serien, beispielsweise mit »All in the Family« als einer der erfolgreichsten Serien der US-Fernsehgeschichte, linksliberale Perspektiven auf

den Bildschirmen der Nation verankert. Und auch in Deutschland macht etwa der Regisseur und Produzent Hans W. Geißendörfer kein Hehl daraus, dass ihm die »Lindenstraße« – die bis heute von seiner Produktionsfirma produziert wird – als politisches Sprachrohr, ja als Instrument einer zeitgemäßen politischen Bildung dient.

Die Fernsehserie präsentiert seit 25 Jahren modellhafte Identitäten, die für den Einzelnen mit Handlungsmustern des politischen Engagements, der Einmischung in öffentliche Problemsituationen sowie des Eintretens für sozial Schwache verknüpft sind. Das Fernsehen wird hier, ganz im Sinne von Friedrich Schillers Theater-Poetik, zur »moralischen Anstalt«, die Bürgertugenden vorführt, ohne die kein demokratisches Gemeinwesen auf Dauer bestehen kann. Die »Lindenstraßen«-Bewohner als Gruppe wiederum zeichnen sich aus durch einen stabilen Solidarzusammenhang, der mitunter an die Visionen kommunitaristischer Theoretiker gemahnt. Man hält, wenn es darauf ankommt, zusammen und hilft sich gegenseitig vor allem da, wo Bedrohungen von außerhalb auf die Gemeinschaft einstürzen. Die »Lindenstraße« hat sich innerhalb der deutschen Fernsehlandschaft schließlich eine gewisse Prominenz auch dadurch geschaffen, dass hier unkonventionelle, alternative Lebensformen sowie gesellschaftliche »Problemgruppen« anerkannt und normalisiert werden.

Große Kinoproduktionen wie »Der Baader-Meinhof-Komplex« (2008) oder »Der Untergang« (2004) prägen das Geschichtsbild im öffentlichen Raum nachhaltig. Im Zusammenspiel mit den neueren historisch-politischen Eventfilmen im Fernsehen – etwa »Dresden« (2006), »Die Sturmflut« (2006) oder »Mogadischu« (2008) – schaffen solche Produktionen einen emotionalen, bildmächtigen Zugang zu politischen Realitäten. Gerade bildungsferne Bevölkerungsteile partizipieren primär im Unterhaltungsrahmen am politisch-historischen Diskurs. Und auch im Internet sind Verknüpfungen von Entertainment und Politik wichtig geworden. Das gilt sowohl für den Bereich der Online-Spiele als auch für die einschlägigen Videoportale wie YouTube. Hier entfaltet sich seit einigen Jahren eine breite Partizipationskultur, die vergnügliche Formen für die Beschäftigung mit politischer Wirklichkeit findet. Das Spektrum reicht von Wahl-Spots wie dem berühmten »Obama Girl« über lustige Ausschnitte mit Politiker-Pannen bis zu subversiven Bearbeitungen offizieller Wahlwerbung von Parteien und Kandidaten. Auch Fanportale von Fernsehserien werden immer wieder zu Foren politischer Diskussion. Klassisch ist schließlich die Rolle der Boulevardpresse in der politischen Öffentlichkeit. Homestorys zu Politikern in Illustrierten wie Bunte oder Gala zählen dazu ebenso wie politische Kampagnen der Bild-Zeitung. Bild *kommentiert* Politik und Bild

macht Politik. Gerade dies war ebenfalls am Beispiel der Guttenberg-Reise nach Afghanistan gut erkennbar. Im Getümmel einer teilweise heftigen Kritik der Pressekommentare platzierte die Zeitung eindeutige Schlagzeilen an prominenter Stelle, etwa »Stephanie zu Guttenberg? Die finden wir gutt!« als Überschrift mit einem großen Bild der Ministergattin auf der Titelseite am 16. Dezember 2010. Weiter hieß es: »Nörgler, Neider und Niederschreiber sollten einfach mal die Klappe halten...«

Die Bedeutung der Unterhaltungskultur für die politische Kultur nimmt insgesamt in dem Maße zu, wie die Programme und die Rezeptionsgewohnheiten im Mediensystem immer stärker unterhaltungsorientiert sind. Die wichtigste Weichenstellung auf diesem Weg war ohne Zweifel 1984 die Einführung der dualen Rundfunkordnung in Deutschland, die neben den öffentlich-rechtlichen Anbietern auch privatrechtlichen Anbietern den Zugang zum Rundfunk öffnete. Damit hat sich die gesamte Medienkultur deutlich kommerzialisiert. Private Anbieter setzen im Rundfunkbereich, aber auch in den Printmedien und Online zunehmend auf Unterhaltungsangebote, weil diese in der Regel die besten Quoten und Marktanteile garantieren. Die öffentlich-rechtlichen Anbieter bzw. die Qualitätsformate in anderen Bereichen des Mediensystems geraten so ebenfalls unter Entertainment-Druck, weil sich die Wahrnehmungsgewohnheiten und Erwartungshorizonte des Publikums verändern. Würden ARD und ZDF, die ja primär über Gebühren finanziert sind, konsequent auf Information und anspruchsvolle Formate setzen und dabei den Markt weitgehend an die privaten Anbieter verlieren, hätten sie ein erhebliches Legitimationsproblem: Man würde ihnen vorwerfen, sie produzierten teure Programme für eine Minderheit der Bevölkerung.

Die Unterhaltungsspirale ist also kaum zu stoppen. Für die Frage der Politikvermittlung bedeutet dies jedoch, dass sie ohne unterhaltende Rahmung kaum noch erfolgreich zu leisten ist. Unterhaltung ist gleichsam zu einer nicht hintergehbaren Rahmenbedingung der politischen Kommunikation geworden. Was folgt daraus? Zum einen tragen politische Akteure dem Rechnung, indem sie in Unterhaltungsformaten auftreten, um große Teile des Publikums und damit der potenziellen Wählerschaft zu erreichen. Das zu Beginn genannte Beispiel des Präsidenten Obama in einer Comedy-Show ist dafür ein beredtes Beispiel, der Auftritt des frisch gewählten Bundeskanzlers Schröder in der Spielshow »Wetten dass..?« im Februar 1999 verdankt sich der gleichen Logik.

Zum anderen aber muss auch jeder Versuch, Politikvermittlung als Form der politischen Bildung zu betreiben, diese Grundbedingung berücksichtigen. Das gilt umso deutlicher, je mehr es darum geht, den weni-

ger gebildeten und politisch uninteressierten Teil der Bevölkerung zu erreichen. Daher kommt der Darstellung und Inszenierung politischer Realitäten in der Unterhaltungskultur heute so große Bedeutung zu: Für viele Menschen ist sie der zentrale politische Wissens-, Bild- und Emotionsspender. Und deshalb erscheint es nur konsequent, dass eine Institution wie die Bundeszentrale für politische Bildung gezielt auf Unterhaltungsformate zurückgreift, wenn sie mit ihren Inhalten bildungsferne Jugendliche erreichen will. So wurde kurz vor der Bundestagswahl 2009 unter dem Titel »Sido geht wählen« ein durch die Bundeszentrale begleitetes Format auf ProSieben ausgestrahlt, in dem der Rapper Sido durch unkonventionelle Gespräche mit Politikern und mit Ortstermin im Berliner Reichstag auf unterhaltsame Weise für die Teilnahme an der Wahl warb.

Wenn in diesem Zusammenhang von »Politik« und »politischer Realität« gesprochen wird, ist dabei ein weiter Politikbegriff zugrunde gelegt. Er umfasst sowohl den Bereich des politischen Systems mit Parteien, Parlament, Regierung und Opposition als auch einen größeren Bereich des Politischen, der auf Macht- und Herrschaftsbeziehungen, Konflikt- und Anerkennungsverhältnisse zielt. Damit rücken beispielsweise auch Beziehungen zwischen sozialen Gruppen in den Blick, die durch Gender, Lebensstil oder ethnische Zugehörigkeit definiert sind und sich in einem gesellschaftlichen Kampf um Aufmerksamkeit und Anerkennung befinden.⁹ Ein solcher weiter Politikbegriff entspricht dem Verständnis, wie es im Forschungsansatz der British Cultural Studies seit den 1960er-Jahren entwickelt und fruchtbar gemacht wurde. Spannend wird es dann vor allem da, wo die beiden Ebenen miteinander in Berührung kommen. John Fiske, einer der Hauptvertreter dieses Ansatzes, hat in einer umfangreichen Studie zum Präsidentschaftswahlkampf 1992 in den USA eine solche Verflechtung von Politik und Unterhaltung, weitem und engem Politikbegriff exemplarisch analysiert.¹⁰

Zwei Beispiele aus den USA sollen deutlich machen, worum es geht. Beispiel 1: Im Frühjahr 1992 brachen in Los Angeles heftige Unruhen aus, weil vier weiße Polizisten, die offenkundig einen schwarzen Autofahrer misshandelt hatten, durch eine weiße Jury freigesprochen worden waren. Tom Bradley, der schwarze Bürgermeister von Los Angeles, rief am zweiten Tag der Unruhen die Bürger auf, die Straßen zu verlassen und statt dessen im Fernsehen die »Cosby Show« anzuschauen, deren letzte Folge just am 30. April 1992 ausgestrahlt wurde. Diese Situationskomödie des promovierten Pädagogen Bill Cosby war bis dahin die erfolgreichste Serie im US-amerikanischen Fernsehen. Die schwarze Familie Huxtable hatte hier vorgeführt, wie zwei akademisch gebildete, in gut bezahlten

Berufen tätige Eltern gesellschaftlich integriert sind, harmonisch mit ihren fünf Kindern zusammenleben und so die Basiserzählung des »American Dream«, den Tellerwäschermythos, in neuer Form verkörpern: Jeder kann den sozialen Aufstieg und eine geglückte Existenz erreichen, wenn er nur willens ist und genügend Bildungskapital erwirbt.

Die Serie war bei weißen wie bei schwarzen Zuschauern sehr beliebt – die Weißen sahen hier, dass es auch sympathische, integrations- und arbeitswillige Schwarze gab, die sich dem weißen Way of Life anpassten. Die Schwarzen andererseits begrüßten es, dass nach all den kriminellen, dummen und arbeitslosen schwarzen TV-Figuren endlich ein positives Bild vermittelt wurde. Gleichzeitig ärgerten sich jedoch viele Kommentatoren über die Implikationen (»Wer will, der schafft es auch«) – die »Cosby Show« schien beispielsweise alle Förderprogramme für sozial schwache Schwarze überflüssig zu machen. Bürgermeister Bradley jedenfalls hielt es für sinnvoll, die Aufständischen in Los Angeles auf das Cosby-Modell zu verweisen, um so weitere Kriminalisierungen und Imageverluste der Black Community zu vermeiden.

Beispiel 2: George Bush senior, seinerzeit amtierender Präsident und Spitzenkandidat der Republikanischen Partei, formulierte 1992 im Rahmen seiner Kampagne für die Pflege der Familienwerte im Wahlkampf: »We're going to keep on trying to strengthen the American family to make American families a lot more like the Waltons and a lot less like the Simpsons.«¹¹ »The Waltons« war von 1972 bis 1981 eine der erfolgreichsten Familienserien in den USA. Die Sendungen zeigten eine zwar arme, aber harmonisch integrierte, religiöse und tugendhafte Familie, die den Bedrängnissen der Großen Depression in den 1930er-Jahren trotzte. In den 1990er-Jahren jedoch waren solche Familienidyllen beim Publikum nicht mehr gefragt, stattdessen wurden TV-Serien mit chaotischen und unkonventionellen Familien wie den Bundys (»Married ... with Children«; in Deutschland: »Eine schrecklich nette Familie«), den Connors (»Roseanne«) oder eben den Simpsons populär.

Bush vermochte mit seiner Medienschetle im Rennen um das Präsidentenamt keine Punkte zu machen. Im Gegenteil, auch er wurde zum Objekt öffentlichen Spotts, als wenig später im Fox Network vor der regulären Simpsons-Folge ein kurzer Trailer lief, in dem Bart Simpson sagt: »Oh, we're just like the Waltons – we're praying for an end of the depression, too«. So wurde die ökonomische Performance der Bush-Ära elegant mit den traumatischen Erfahrungen der großen Wirtschaftskrise in den 1930er-Jahren verknüpft. Bush hatte sein Medienduell gegen Bart Simpson verloren.

Die angeführten Beispiele machen deutlich, dass Unterhaltungsformate eine wichtige Infrastruktur des politischen Diskurses darstellen, weil sie bei Großteilen der Bevölkerung bekannt und beliebt sind. Seit gut zehn Jahren wird der Zusammenhang von Politik und Unterhaltungskultur nun auch in Deutschland intensiver erforscht. Die annotierte Auswahlbibliografie am Ende dieses Bandes gibt einen Überblick zu den wichtigsten neueren Arbeiten in diesem Bereich.

5 Unterhaltung, Feel Good, Utopie

Was aber macht überhaupt den großen Reiz der Unterhaltung aus? Warum begibt sich das Publikum so gern in Unterhaltungswelten und beschäftigt sich dort dann auch mit politischen Fragen, die ihm sonst so uninteressant erscheinen? Es soll hier nicht weiter auf die ausführliche Debatte darüber eingegangen werden, was Unterhaltung grundsätzlich ist und wie sie beispielsweise von »Information« abzugrenzen wäre. Die Grenzen sind, zumal in der heutigen Medienlandschaft, ohnehin sehr offen. Doch scheint es sinnvoll zu klären, was das Spezifikum von Unterhaltungskommunikation ist, um deren Attraktivität besser verstehen zu können.

Der wichtigste Aspekt ist, dass Unterhaltung eine Form der Kommunikation darstellt, die von einem »Als-ob-Modus« gerahmt wird: »Unterhaltungswelten sind grundsätzlich ›Als-ob-Welten«, und zwar in dem Sinne, dass sie eine von der Wirklichkeit des Alltags abgeleitete, eigene Wirklichkeit erschaffen, in der jeweils bestimmte Handlungen nach jeweils bestimmten Regeln oder Gesetzen erfolgen«¹². Die »Als-ob-Welt« ist demnach eine im klassischen Sinne fiktionale Welt, wie sie zum Beispiel in Spielfilmen oder Fernsehserien entworfen wird. Oder aber es handelt sich um Spielwelten, deren »Als-ob-Realität« erst durch die (konstitutiven) Spielregeln erschaffen wird. Wettkämpfe (Sport, Quiz, Game-Show) und Glücksspiele wären darunter zu subsumieren.

»Als-ob-Welten« sind zunächst einmal freigestellt von pragmatischen Handlungsnotwendigkeiten, sind gelöst von den üblicherweise geltenden raum-zeitlichen Regeln, denen unser Alltagsleben unterliegt, und sie bieten vor allem über die Identifikation eine Möglichkeit, ganz unterschiedliche Rollen und Erfahrungsräume durchzuspielen. Identifikation stellt die Brücke zwischen der fiktionalen Welt und der eigenen Erfahrung des Zuschauers dar. Sie ermöglicht Teilnahme an der fiktionalen »Realität« und ist somit auch Voraussetzung für mögliche spätere Transfers von Wissens- und Erfahrungssegmenten in den Alltag der Unterhaltungsnutzer hinein.

Die Als-ob-Welt eines Kinofilms kann dem Zuschauer also die Möglichkeit eröffnen, sich hineinzusetzen in die sonst ferne Realität, etwa des US-amerikanischen Präsidenten, der durch entschlossenes Handeln die Welt vor dem Untergang rettet, und den Triumph der entsprechenden Anerkennung durch die Mitbürger zu genießen. Gleichzeitig kann der Zuschauer darüber reflektieren, wie es etwa der Präsident in einer bestimmten Szene geschafft hat, seine ärgsten Widersacher von der Richtigkeit seines Handelns zu überzeugen. Und ich kann die eine oder andere Kommunikationsstrategie durchaus probeweise auch in meiner eigenen Alltagswelt bei Aushandlungsprozessen zur Anwendung bringen.

Dabei sind die Als-ob-Welten in der Regel durch eine reduzierte Komplexität gekennzeichnet und somit besonders orientierungsfreundlich. Diese Orientierungsfreundlichkeit aber macht das Unterhaltende wiederum politisch so bedeutsam: Politikbilder, Deutungsmuster, Wahrnehmungsfolien der Unterhaltungskultur sind deshalb ein so wichtiges Moment von politischer Kultur, weil sie Mediennutzern in entspannten, von Alltagslasten befreiten Situationen eingängige Materialien zur Wahrnehmung, Deutung und Sinnggebung von politischer Realität vermitteln: Der Zuschauer fühlt sich wohl, glaubt sich in einer von pragmatischen Zwecken und politischen Ideologien losgelösten Situation zu befinden und nimmt daher die dargebotenen Deutungsmuster bereitwillig auf. Die Feel-Good-Stimmung von Unterhaltungserlebnissen basiert schließlich auch auf einer utopischen Dimension dieser Als-ob-Welten. Unterhaltende Als-ob-Welten sind utopisch – und zwar weniger in der Weise, dass sie uns Modelle einer besser organisierten Gesellschaft präsentieren, sondern indem sie eine Emotion des Utopischen, ein Gefühl der besseren (politischen) Wirklichkeit vermitteln.¹³

Mithilfe einer semiotischen Unterscheidung lässt sich die Produktion des politischen Feel Good noch genauer analysieren. Unterhaltungserlebnisse spielen sich auf zwei analytisch zu trennenden, aber stets zusammenwirkenden Zeichenebenen ab. Auf der Ebene der repräsentierenden Zeichen sind beispielsweise die Charaktere klarer, die Helden moralischer, die Konflikte einfacher zu lösen als in der realen Welt unserer Alltagserfahrung. Auf der Ebene der nicht repräsentierenden Zeichen wird unsere Emotionalität besonders intensiv angesprochen, weil es hier Parallelen zwischen der Logik der Zeichen und der Logik des Fühlens gibt, die eine besonders unmittelbare Wirkung ermöglichen. Musik, Farbigkeit, Struktur des Bildaufbaus, Bewegung und Rhythmus sind solche Zeichenformen. Ob beispielsweise eine Filmszene als spannend, beängstigend, trostlos oder aber ermutigend und triumphal erfahren wird, ist maßgeblich durch die begleitende Musik

gesteuert. Und es muss schließlich, hier ist Richard Dyer zu ergänzen, eine utopische Handlungsführung, eine Erzählung mit einem sinnstiftenden Geschehen hinzukommen.

Dyer macht in seiner Untersuchung schließlich darauf aufmerksam, dass die Gefühlsqualitäten utopischer Unterhaltungserlebnisse auf ganz bestimmte Entbehrungen und Probleme in der realen Welt bezogen sind. Aus dieser »Passung« erklärt sich, warum Unterhaltung so gut funktionieren kann. Die entsprechenden Gefühlsqualitäten sind: Überfluss im Gegensatz zur realen Knappheit, Energie im Gegensatz zur realen Verbrauchtheit und Schwäche, Intensität im Gegensatz zu Langeweile und Monotonie, Transparenz und Spontaneität im Gegensatz zu Manipulation und Täuschung, Gemeinschaft im Gegensatz zur Fragmentierung der realen Alltagswelt.¹⁴ Unterhaltung als politische Kommunikation bedeutet also, dass das Politische im Modus orientierungsfreundlicher »Als-ob-Welten« erfahren und verarbeitet wird. Diesen Welten eignet zugleich das Potenzial eines utopischen Emotionsmanagements, das uns fühlen lässt: Die politische Welt kann auch anders sein, nämlich intensiv, energiegeladen, transparent und gemeinschaftlich. Die Helden- und Liebesgeschichten der Unterhaltungswelt, gleich ob es sich um Filme, Fernsehserien, Online-Spiele, Boulevardpresseartikel oder Romane handelt, eröffnen uns spielerisch das Gefühl einer anderen, besseren Realität, und dafür lieben wir sie. Sie sind dabei jedoch keineswegs nur ein Raum eskapistischer Fluchtbewegungen, sondern halten die Verbindung zur außermedialen Realität aufrecht. Wir können mit ihrer Hilfe die eigene Realität reflektieren und uns orientieren. Das Ausmaß, in dem Weltflucht und Weltbezug jeweils stehen, ist nur konkret im Hinblick auf den Einzelfall zu eruieren. Die Beiträge im vorliegenden Buch versuchen, eine zwar kritische, aber keineswegs einseitige Bilanz der Potenziale von Unterhaltungskultur für die Politikvermittlung zu ziehen.

6 Politikvermittlung in der Unterhaltungskultur: das Spektrum dieses Bandes

Dieses Buch ist so strukturiert, dass die zentralen Bereiche der reichweitenstarken Medienkultur im Überblick und in exemplarischen Analysen erfasst werden. Die Beiträge sind in vier Sektionen gruppiert, die jeweils durch einen Kopffartikel mit den wichtigsten Informationen zu den institutionellen Strukturen sowie zu den Produktions- und Nutzungsverhältnissen im jeweiligen Medienbereich eingeleitet werden.

Die erste Sektion behandelt das Medium Fernsehen, das nach Reichweite, Nutzung und diskursiver Relevanz noch immer das Leitmedium der modernen Gegenwartsgesellschaft darstellt. Im Kopffartikel stellt *Knut Hickethier* zunächst den Werdegang der Rundfunkordnung in Deutschland nach 1945 dar, um danach die institutionellen Strukturen von öffentlich-rechtlichem und privatrechtlichem Fernsehen zu beschreiben und die Besonderheiten der 1984 eingeführten »dualen Rundfunkordnung« darzulegen. Im Zentrum stehen dann die ökonomischen Handlungslogiken der Akteure sowie die daraus resultierenden Produktionsbedingungen, die darüber entscheiden, welche Projekte mit welcher Zielsetzung realisiert werden können und welche nicht. *Jörg-Uwe Nieland* behandelt in seinem Beitrag die Politikvermittlung in Soaps und im Programm des Kinderkanals KI.KA von ARD und ZDF. Nach Überlegungen zur TV-Serie als Spiegel der Gesellschaft sowie zum Wandel der medialen Politikvermittlung geht der Autor näher auf konkrete Fallbeispiele ein. Betrachtet wird zum einen die Kurzserie »Politibongo« (KI.KA), in der explizit politisches Wissen für Kinder unterhaltsam aufbereitet wurde. Zum anderen beleuchtet Nieland den Bereich der Soaps mit einer vergleichenden Analyse zu den erfolgreichen Formaten »Verbotene Liebe« und »Lindenstraße«.

Im folgenden Beitrag legt *Ingrid Brück* eine Untersuchung zum deutschen Fernsehkrimi vor. Kriminalserien zählen nach wie vor zu den verlässlichen Quotenbringern, und das deutsche Krimi-Genre zeichnet sich durch eine lange Tradition gesellschaftlicher und politischer Bezugnahmen im Spannungsfeld von Gesetz und Moral, Recht und Gerechtigkeit aus. Der Aufsatz zeigt Grundlinien und historische Entwicklungen auf, um dann anhand der Folge »Das Mädchen aus Sumy« aus der ZDF-Serie »Rosa Roth« konkret darzulegen, wie Politikvermittlung im Krimi funktioniert. Das Fernsehen ist gerade im Hinblick auf das historische Wissen und die Erinnerungskultur der Gesellschaft zu einem zentralen Bildspender geworden. *Andreas Dörner* beschreibt in seinem Beitrag, wie melodramatisch komponierte »Eventfilme« ein großes Publikum erreichen und dabei durchaus an der Konstruktion und Bewertung von Geschichtsbildern beteiligt sind. So zeigt das Beispiel des TV-Zweiteilers »Dresden«, wie vorsichtige geschichtspolitische Akzentverschiebungen vom Täter- zum Opfervolk und zu einer damit verbundenen Heroisierung der Deutschen erfolgt sind.

Ein zunehmend wichtiges und reichweitenstarkes Segment der aktuellen Medienkultur wird durch die zahlreichen Formate des Reality-TV definiert. *Elisabeth Klaus* bietet in ihrem Beitrag zunächst einen Überblick zu diesem fast unüberschaubaren Feld und erörtert dann die »Dialektik der Aufklärung« im Spannungsfeld zwischen Bildungseffekten und Unter-

haltungsfunktion von Realitätsfernsehen. Dies wird anhand der Bereiche Casting-Show und Coaching-Show erläutert. Eine Fallstudie zum Format »Die Super Nanny« diskutiert schließlich die Ambivalenzen des Reality-TV am konkreten Material der lange Zeit erfolgreichen RTL-Marke. *Ludgera Vogt* schließt den Reigen der Beiträge zum Fernsehen mit einem Aufsatz zur deutschen Talk-Kultur. Im Mittelpunkt stehen dabei die Formate des Personality-Talks, bei denen die Verbindung von Politik und Unterhaltungskultur in besonderem Maße ausgeprägt ist. Es erfolgt eine Einordnung des Genres zwischen Inszenierung und Kontingenz, Berechenbarkeit und Situationsoffenheit sowie Kooperation und Konfrontation. Eine genaue Analyse zweier Talk-Sendungen mit Beteiligung der Bundesministerin Ursula von der Leyen zeigt die Besonderheiten dieser Form der unterhaltenden Politikvermittlung auf.

Der Kinofilm zählt aufgrund seiner ästhetischen Potenziale und der Spezifika seiner Rezeptionssituation zu den besonders wirkmächtigen Medien. Er war daher schon seit den Anfängen zum Ende des 19. und Beginn des 20. Jahrhunderts ein wichtiges Mittel politischer Kommunikation, und er ist es bis heute geblieben. *Malte Hagener* führt im Kopfartikel zum Medium Film die institutionellen Strukturen und ökonomischen Rahmenbedingungen des deutschen Films vor. Ausgehend von einigen Marktdaten wird zunächst der Markt der Kinotheater zwischen kommerziellen Kinos, Arthouse- und kommunalen Kinos beschrieben. Die zweite Ebene ist die der Filmverleiher, wo sich ähnliche Marktstrukturen wie im Bereich der Kinos vorfinden lassen. Im Bereich der Filmproduktion schließlich fällt in Deutschland besonders ins Auge, dass der Markt durch eine Reihe von Förderinstitutionen und deren Handlungslogik geprägt ist. Der Beitrag macht deutlich, wie sehr der Kinofilm sich technisch und ökonomisch im Umbruch befindet und wie durchlässig die Grenzen zu anderen Medien geworden sind.

Der Kinofilm ist, besonders in seiner Koproduktions-Konstellation mit dem reichweitenstarken Medium Fernsehen, zu einer zentralen Instanz der Geschichtspolitik in Deutschland geworden. Gerade in der politischen Kultur Deutschlands, in der die kollektive Identitätsbildung sehr stark durch den Bezug auf Vergangenheiten geprägt ist, sind Geschichtsfilm von hoher Relevanz. *Edgar Wolfrum* und *Catrin Weykopf* untersuchen in ihrem Beitrag die Rolle, die zwei vielbeachtete und kommerziell erfolgreiche Kinoproduktionen für die Konstruktion von Geschichte gespielt haben. Es handelt sich zum einen um »Der Untergang« (2004), in dem die letzten Tage im Führerbunker aus der Sicht von Hitlers Sekretärin Traudl Junge erzählt werden. Das andere Fallbeispiel ist »Good Bye, Lenin!« (2003), eine Komödie

der Wendezeit, die das Ende der DDR als Kulturschock für eine erwachte Kompatientin inszeniert.

Dass Politikvermittlung auch in Filmen stattfindet, die auf den ersten Blick gar nicht politisch dimensioniert erscheinen, macht *Winfried Pauleit* in seinem Aufsatz deutlich. Nach einigen grundlegenden Reflexionen zur politischen Ästhetik des Unterhaltungsfilms wird Tom Tykwers preisgekrönter Film »Lola rennt« einer detaillierten politischen Analyse unterzogen. Dabei werden Kontexte des Diskurses in der Berliner Republik zur Entstehungszeit des Films hinzugezogen. Ein vergleichender Blick auf Tykwers Film »Der Krieger und die Kaiserin« macht schließlich die Arbeit des Regisseurs an deutschen Filmmythen sichtbar. Vom Verhältnis zwischen Film und Politik lässt sich nicht sinnvoll handeln, wenn man den ökonomisch auch in Deutschland noch immer dominanten Hollywoodfilm außen vor lässt. *Frank Lesske* zeigt in seiner Studie zu Barry Levinsons »Wag the Dog« exemplarisch auf, wie sich der politische Gehalt eines Unterhaltungsfilms analysieren und in der politischen Bildung fruchtbar machen lässt. Der Autor entwickelt ein Verfahren, das sich grundsätzlich zur Analyse von politischer Realität in audiovisuellen Texten eignet. Er legt die einzelnen Schritte der Analyse so transparent an, dass das Verfahren direkt in Kontexten der politischen Bildung einsetzbar ist.

Stellen Film und Fernsehen die Leitmedien des 20. Jahrhunderts dar, deutet vieles darauf hin, dass das Internet – insbesondere in seiner ausgeprägten interaktiven Form des Web 2.0 – im 21. Jahrhundert eine führende Rolle für die politische Kommunikation spielen wird. Die gesellschaftliche Institutionalisierung dieses überaus dynamisch sich entwickelnden Mediums steht im Mittelpunkt des Kopfarbeiters von *Christoph Neuberger* und *Christian Nuernbergk*. Die Autoren beschreiben das Internet zunächst in seinen technischen Möglichkeiten und deren jeweiligen sozialen Handlungsdimensionen. Weiterhin werden Daten zur Verbreitung und Nutzung des Internets in Deutschland referiert. Im Zentrum stehen dann einordnende Analysen: einerseits zur Frage, inwiefern das Internet mit seinen Entwicklungen einen zweiten »Strukturwandel der Öffentlichkeit« bewirkt hat, und andererseits zum Zusammenspiel von Politik und Unterhaltung in diesem Medium. Auf dieser Grundlage werden in den folgenden Beiträgen Untersuchungen zu zentralen Schnittstellen von Politik und Unterhaltung im Netz entfaltet. *Ramón Reichert* skizziert die Entwicklung im Bereich der Videoportale. Diese sind weit mehr als nur Spielwiesen für Fankulturen und kreative Bastler. Hier werden mittlerweile Teile von Wahlkämpfen und politischem Marketing betrieben. Produkte von etablierten politischen Akteuren stoßen auf Produkte zivilgesellschaftlicher Akteure, die

das Netz als Forum von Gegenöffentlichkeit nutzen. Der Terminus »Voter generated content« verweist darauf, dass aktive Wähler hier selbst als Autoren von politischer Werbung und deren Entzauberung in Erscheinung treten, und das sehr häufig in unterhaltender und amüsanter Weise.

Tobias Bevc beschäftigt sich mit der Kultur der Online-Computerspiele, die mittlerweile erhebliche Reichweiten haben. Der Beitrag macht deutlich, dass Politikvermittlung hier auf zwei Ebenen erfolgt. Zum einen vermitteln die Spiele durch ihre Inhalte einfache, oft auch krude Bilder von politischer Wirklichkeit. Zum anderen aber, und diese Ebene wird durch den Autor als noch relevanter eingestuft, vermittelt die Praxis in den Gilden und Korporationen der virtuellen Welt so etwas wie eine kommunitaristische politische Kultur und bietet Muster zur Einübung sozialer wie politischer Partizipation. Dass im Zeitalter des Web 2.0 auch Fans alles andere als passive Konsumenten vorgegebener kultureller Produkte sind, vermag kaum zu überraschen. *Angela Krewani* geht in ihrem Beitrag auf politische Dimensionen von populärkulturellen Fankulturen im Netz ein. Sie knüpft zunächst an Studien aus dem Kontext der British Cultural Studies an, um das produktive Potenzial des Aneignungshandelns aufzuzeigen. Fankommunikation im Netz wird im Spannungsfeld von kommerziellen Interessen und Vergnügungslust verortet. Der wachsende Zusammenhang mit den etablierten sozialen Netzwerken wie Facebook bringt eine zusätzliche Dynamik hinein.

Den »klassischen« Bereich einer Liaison zwischen Politik und Unterhaltung markieren ohne jede Frage die Printmedien, auch wenn die Reichweiten nicht an diejenigen von Fernsehen oder Internet heranreichen. Das weite Feld der Printmedien wird im Kopffartikel von *Johannes Raabe* umrissen. Der Beitrag skizziert zunächst die Grundeigenschaften und beschreibt dann Funktion, Bedeutung und institutionellen Rahmen. Im Zentrum stehen die ökonomischen Grundlagen und die Struktur des Zeitungs- und Zeitschriftenmarktes, die sich im Zuge gesellschaftlicher Veränderungsprozesse in den letzten Jahrzehnten deutlich gewandelt haben. In diesem Kontext artikuliert sich ein zunehmender Druck, Informationen unterhaltsam zu präsentieren. Hier knüpft dann gleichsam nahtlos der Artikel von *Margreth Lünenborg* an, der die Boulevardpresse in Deutschland thematisiert. Ausgehend von der neueren Forschung bietet die Autorin einen differenzierten Zugang zum Phänomen, der einseitige Kulturkritik und Verfallsszenarien vermeidet. Boulevardjournalismus wird zunächst in seiner grundlegenden Struktur und Funktion verortet. Im zweiten Teil präsentiert der Beitrag Fallstudien am Beispiel der Bild-Zeitung: zum Thema der Homosexualität zwischen Normalisierung und

Normierung, zu Weiblichkeitsdiskursen sowie zur Konstruktion nationaler Identität.

Doris Katheder behandelt mit den Jugendprintmedien ein für die politische Bildung besonders relevantes Feld. Noch immer haben Jugendzeitschriften in der Zielgruppe eine enorme Reichweite. Der Text beschreibt zunächst das Konzept der Zeitschriften und geht besonders auf die inhaltliche Seite der Ratgeberangebote ein. Kritisch beleuchtet wird dabei der Zusammenhang der kommerziellen Zeitschriften wie *Bravo Girl* mit konsumistischen Identitätsmustern. Dem stellt die Autorin einen Blick auf nicht kommerzielle Zeitschriften gegenüber, die so etwas wie eine jugendbezogene Gegenöffentlichkeit bilden, und verbindet dies mit Schlussfolgerungen für die politische Bildungsarbeit. Den Reigen der Beiträge zum Printbereich beschließt *Ingrid Tomkowiak* mit ihrem Artikel zum Thema Bestseller. Sie geht insbesondere auf das Phänomen der Verschwörungsromane von Dan Brown ein, die sich bestens verkaufen und für eine große Fangemeinde viele (problematische) politische Botschaften formulieren. Eingeordnet in die Mechanismen des Buchmarkts in der Gegenwartsgesellschaft, erfolgt eine kritische Analyse des Romans »Sakrileg« und seiner Wirkung, wobei der Zusammenhang von Browns Verschwörungsszenario und der rechtsextremen Esoterik-Szene aufgezeigt wird.

Den Abschluss des Bandes bildet eine kommentierte Auswahlbibliografie, die die wichtigsten theoretischen und empirischen Studien zur politischen Unterhaltungskultur in Deutschland präsentiert. Damit soll allen Lesern der Weg durch eine recht unübersichtliche Forschungslandschaft gewiesen und die Möglichkeit zur vertiefenden Lektüre offeriert werden.

Eine Besonderheit wird den Leserinnen und Lesern schließlich mit der beigefügten DVD geboten. Auf dieser finden sich Materialien zu den analytisch ausgerichteten Beiträgen, mit denen sich nicht nur der Gang der Argumentation nachvollziehen, sondern auch veranschaulichend in Unterrichtssituationen arbeiten lässt. Es handelt sich hierbei konkret um Film- und Fernsehausschnitte, Downloads aus dem Internet, Bilddateien und Screenshots sowie Textmaterialien. Vor allem mit den bewegten Bildern, die man sich ohne weiteren Aufwand nun direkt zu den Analysen anschauen kann, beschreitet das vorliegende Buch neue Wege. Die Beschaffung (und Bezahlung) der erforderlichen Rechte würde normale wissenschaftliche Publikationskontexte weit überfordern, daher sind wir der Bundeszentrale für politische Bildung außerordentlich dankbar für die Realisierung dieses Projekts. Zu einem Beitrag (Politik im Hollywood-Film) konnten jedoch auch in diesem Fall die Rechte nicht erworben werden, denn die US-amerikanische Situation hat mit ihrer urheber-

rechtlichen Komplexität und ihrem extremen Preisniveau alle gegebenen Möglichkeiten deutlich überstiegen.

Die Materialien sind auf der DVD parallel zur Reihenfolge der Beiträge im Buch angeordnet.

Die Herausgeber möchten sich bei Michael Mosel für die geduldige Beschaffung der Rechte und die professionelle Anfertigung der DVD bedanken. Ein besonderer Dank geht an Jürgen Faulenbach und Holger Ehmke von der bpb, die ein solches Unterfangen fachbereichsübergreifend ermöglicht haben. In der konkreten Umsetzung haben Arne Busse und Hildegard Bremer das gesamte Projekt in angenehmer Zusammenarbeit begleitet.

Anmerkungen

- 1 Andreas Dörner/Ludgera Vogt, Personality-Talkshows: Riskante Bühnen für politische Akteure, in: Heiko Girnth/Sascha Michel (Hrsg.), Polit-Talkshows – Bühnen der Macht. Ein Blick hinter die Kulissen, Bonn 2009, S. 191–205.
- 2 Einen einführenden Überblick zur politischen Kulturforschung gibt Andreas Dörner, Politische Kulturforschung, in: Herfried Münkler (Hrsg.), Politikwissenschaft. Ein Grundkurs, Reinbek bei Hamburg 2003, S. 587–619.
- 3 Karl Rohe, Politische Kultur: Zum Verständnis eines theoretischen Konzepts, in: Oskar Niedermayer/Klaus von Beyme (Hrsg.), Politische Kultur in Ost- und Westdeutschland, Berlin 1994, S. 1.
- 4 Arnold Gehlen, Urmensch und Spätkultur. Philosophische Ergebnisse und Aussagen, Frankfurt/Main (3., verbesserte Aufl.) 1975, S. 24.
- 5 Siehe hierzu die Daten der Langzeitstudie »Massenkommunikation«, neueste Befunde bei Christa-Maria Ridder/Bernhard Engel, Massenkommunikation 2010: Mediennutzung im Intermediavergleich, in: Media Perspektiven 2010, H. 12, S. 523–536.
- 6 Vgl. Andreas Dörner, Politische Kultur und Medienunterhaltung. Zur Inszenierung politischer Identitäten in der amerikanischen Film- und Fernsehwelt, Konstanz 2000.
- 7 Siehe John Fiske, Media Matters. Race and Gender in U.S. Politics, Minneapolis/London (2., überarb. Aufl.) 1996.
- 8 Siehe dazu John Street, Politics and Popular Culture, Philadelphia 1997; Andreas Dörner, Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt/Main 2001; Ulrich Saxer, Politik als Unterhaltung – Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft, Konstanz 2007.
- 9 Zur Differenzierung von Politikbegriffen als Grundlage der politischen Bildung vgl. Paula Diehl, »Worüber reden wir, wenn wir über Politik reden? Oder: wie

politisch ist die Unterhaltung?«, in: Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.), *Die Bedeutung der Unterhaltungsmedien für die Konstruktion des Politikbildes*, München 2010, S. 31–38.

10 Vgl. John Fiske (Anm. 7), S. 125 ff.

11 Rede vor der National Religious Broadcasters Convention am 27.1.1992 (vgl. *New York Post* vom 30.1.1992).

12 Vgl. Mascha-Maria Stumm, *Unterhaltungstheoreme bei Platon und Aristoteles. Eine Rückkehr zu den Ursprüngen der Diskussion um Funktionen und Wirkungen von Unterhaltung und der Versuch einer Auswertung fachfremder Literatur als Beitrag zur Klärung des kommunikationswissenschaftlichen Unterhaltungsbegriffes*, Berlin 1996, S. 147.

13 Richard Dyer, *Entertainment and Utopia*, in: Rick Altman (Hrsg.), *Genre: The Musical. A Reader*, London u. a. 1981, S. 175–189.

14 Vgl. Richard Dyer (Anm. 13), S. 184.