

Das Image der Politik und der Politiker.

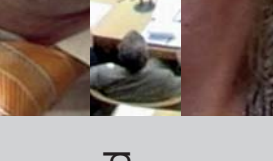
Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Elf Bausteine für die schulische und die außerschulische politische Bildung





Themen und
Materialien



Das Image der Politiker

Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Gesamtinhaltsverzeichnis

Seite

Einführung *Hans-Werner Kuhn, Markus Gloe*

Das Filmprojekt	5
Politik und Medien / Politiker und Medien: Nur negative Nachrichten?	8
Vorurteile, vorläufige Urteile, Urteile.....	13
Literaturhinweise	17

Hinweise für Lehrende *Hans-Werner Kuhn, Markus Gloe*

Unterrichten mit den Bausteinen – Fünf alternative politikdidaktische Lernwege	19
Literaturhinweise	24

Bausteine

1. Filmanalyse <i>Hans-Werner Kuhn, Alexander Linden</i>	25
2. Was ist Politik? – Streit, Visionen, Probleme <i>Markus Gloe</i>	47
3. Wege in die Politik – Biographisches <i>Tonio Oeftering</i>	65
4. Politikerin/Politiker – ein „Traumberuf“? <i>Markus Gloe</i>	81
5. Von der Gemeinde bis Europa. Die vier institutionellen Ebenen der Politik <i>Hans-Werner Kuhn</i>	103
6. Vor-Urteile <i>Hans-Werner Kuhn</i>	125
7. Image – Selbstbild – Fremdbild <i>Hans-Werner Kuhn</i>	143
8. Sprache und Politik <i>Markus Gloe</i>	163
9. Frauen – die besseren Politiker? <i>Markus Gloe</i>	185
10. Bewertungen politischen Handelns – Erfolg oder Niederlage? <i>Alexander Linden</i>	209
11. Jugend und Politik <i>Alexander Linden</i>	227

Die Autoren251

Filmprotokolle auf DVD

Hans-Werner Kuhn, Markus Gloe, Tonio Oeftering, Alexander Linden

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Vorwort

Foto ©: Deutscher Bundestag / Lichtblick, Achim Melde



Prof. Dr. Norbert Lammert
Präsident des Deutschen Bundestages

Mit unerfreulicher Regelmäßigkeit belegen Umfragen, dass es um das Image der Politiker nicht zum besten steht. So stellt das Institut Allensbach einen historischen Tiefstand im Ansehen der Politiker fest, die mit ihrem Image seit längerem ganz am Ende anderer Berufsgruppen rangieren. Dies passt zu der Beobachtung einer wachsenden Unzufriedenheit mit „der Politik“ und auch mit der Demokratie im Allgemeinen. Das sind alles Befunde, die man nicht locker vom Tisch wischen darf, allerdings sollte man sie auch nicht dramatisieren. Denn wenn es wirklich schwierig wird – das haben wir zuletzt in der aktuellen Finanzmarktkrise gesehen –, dann

wird gleichwohl schnell der Ruf nach dem Staat und nach Politikern laut, die die Sache richten sollen. Nach meinem Eindruck ist die gesellschaftliche Befindlichkeit jedenfalls keineswegs so grundsätzlich „politikverdrossen“, wie das zuweilen behauptet wird, sondern sie oszilliert zwischen politischer Distanz und staatlicher Orientierung.

Vom Staatsrechtler Christoph Möllers stammt der Satz „ein bestimmtes Maß an Unzufriedenheit mit der Demokratie gehört zu ihr“. Aber woher kommt die Unzufriedenheit mit der Demokratie? Sie resultiert auch aus falschen Vorstellungen, Missverständnissen und schlichtem Unwissen über die Demokratie und ihre Abläufe. Ich will dies an einer Beobachtung verdeutlichen: Fragt man Menschen, die man als „politikfern“ bezeichnet, nach ihrem Urteil über „die Politiker“, so erhält man mit großer Sicherheit überwiegend negative Rückmeldungen. Fragt man indes Menschen nach konkreten Personen, zum Beispiel zu ihrem Abgeordneten, so fällt das Urteil in der Regel viel differenzierter aus. Man hört dann viel häufiger: „Der setzt sich ein“ oder „der macht einen guten Job“. Der Zusammenhang ist im Grunde einfach: Wer weiß, wie Politik funktioniert, der hat auch ein realistisches Bild davon, was Politiker leisten können und eben auch davon, was sie nicht leisten können. Denn zu den ergiebigsten Quellen der Unzufriedenheit überhaupt zählen die hohen und sich zudem noch gegenseitig widersprechenden Erwartungen, die an Politiker gestellt werden.

Aufklärung ist also wichtig, und genau an diesem Punkt setzt das Projekt der Bundeszentrale für politische Bildung an, bei dem filmische Politikerporträts im Mittelpunkt stehen sowie Dokumentationen von Schüler-Diskussionen mit politischen Akteuren. Aus beidem lässt sich eine Menge über Politik im allgemeinen und über Politiker im besonderen lernen. Vor allem erfährt man, dass Demokratie harte Sacharbeit ist, nur selten glanzvoll in Szene zu setzen. Wer politisch etwas verändern will, muss sich schwer ins Zeug legen. Er muss für seine Ziele streiten, überzeugen, Mehrheiten organisieren, sich auf langwierige Verfahrensabläufe einlassen – und das alles ohne die Gewissheit, am Ende Erfolg zu haben. Denn auch die Möglichkeit des Scheiterns gehört zur Demokratie.

Darüber informiert zu sein, wie Politik „gemacht“ wird, ist das eine; etwas ganz anderes ist es, sich selbst politisch einzumischen. Und auf das Mitmachen kommt es in der Demokratie an. Sich an Wahlen zu beteiligen, ist deshalb schon mal ein guter Anfang. Aber ich empfehle jungen Menschen auch, sich nach Möglichkeiten zum Mitgestalten umzuschauen, die über den Gang ins Wahllokal hinausgehen. Davon gibt es zahlreiche: Bürgerinitiativen, Vereine, Verbände, Gewerkschaften, Initiativen und viele andere, auch und gerade Politische Parteien – sie alle sind offen für junge Leute und ihre Ideen, sie alle warten auf engagierte „Mitmacherinnen“ und „Mitmacher“, die nicht andere über ihre Zukunft entscheiden lassen wollen. Zu mehr Engagement in der Demokratie, zu mehr Einsatz für die Demokratie möchte dieses Lehrwerk letztlich ermuntern und ermutigen. Ich wünsche dabei viel Erfolg.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Norbert Lammert".

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

Markus Gloe, Hans-Werner Kuhn

Das Filmprojekt

„Glaubwürdige Politiker – gibt’s die?“ Mit dieser Überschrift beginnt eine Presseerklärung der Carpe Diem Film & TV Produktion GmbH vom 9.9.2008. Einen Versuch, diese Frage zu beantworten, stellt die DVD mit **11 Politikerinnen- und Politikerporträts (Filmtitel: Das Image der Politik und der Politiker)** dar. In jeweils 15 Minuten werden folgende Politiker und Politikerinnen begleitet: die Kommunalpolitiker Sepp Daxenberger (Bürgermeister Waging, Die Grünen) und Christian Ude (Oberbürgermeister München, SPD), die Landespolitiker Birgit Fischer (Ministerin a.D. und Landtagsabgeordnete in NRW, SPD), Matthias Platzeck (Ministerpräsident von Brandenburg, SPD) und Christian Wulff (Ministerpräsident von Niedersachsen, CDU), die Bundestagsabgeordneten Heiner Geißler (CDU), Luc Jochimsen (Die Linke), Daniela Raab (CSU) und Florian Toncar (FDP) sowie die Europapolitiker Silvana Koch-Mehrin (FDP) und Jean-Claude Juncker (Premierminister von Luxemburg).

Wie kommt diese **Auswahl** zustande? In einem Internetartikel (link: http://www.weise-rose-stiftung.de/netzwerk/Public_html/article.php?story=20080514123120758) werden erste Kriterien genannt: Eingeladen werden Politiker, „die besonders sind, Stärke zeigen, Persönlichkeit besitzen und Authentizität.“

Weiter: „Ziel ist es, interessante Politiker aller Parteien zu zeigen, also positive Beispiele zu präsentieren, die bei den jungen Menschen Neugierde auf Politik wecken, die Zutrauen in Volksvertreter geben und die Lust machen, sich in politisches Geschehen einzumischen.“

In diesem Zusammenhang spielt die Glaubwürdigkeit eine große Rolle, ebenso wie die Authentizität. „Aber: Was ist ein authentischer Politiker? Was ist Moral und Ethik im politischen Handeln? Und woran ist dies zu erkennen? Was ist gespielt und inszeniert, was ist ehrlich und stimmig? Was wird gerade von jungen Menschen als authentisch wahrgenommen? Wonach beurteilen sie einen Politiker?“ (ebd.) Eine

DAS IMAGE DER POLITIK UND DER POLITIKER

Eine Produktion der Carpe Diem Film & TV Produktion
in Koproduktion mit der Filmakademie Baden-Württemberg.



DAVID SPAETH, Regie

David Spaeth wurde 1975 in Nantes/Frankreich geboren. Studium der Film-Fernsehwissenschaft, Musikwissenschaft und Französisch in Bochum. Abgeschlossene Zwischenprüfung. In dieser Zeit Cutter für Werbefilmproduktionen. 1998 bis 2005 Studium an der Filmakademie Baden-Württemberg. Heute lebt David Spaeth als Filmemacher in München.

David erstellte zusammen mit Frank Pfeiffer, Kamera (rechts) die Portraits über Christian Ude (mitte), Sepp Daxenberger und Heiner Geißler.

Wir hatten noch ein paar Fragen an David über die Arbeit an den Portraits →

Abb. ©: carpe diem Film & TV Produktion GmbH, <http://www.politikerportraits.de/> (30.06.2009)

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

► Menge wichtiger Fragen, die nicht alle in dieser Handreichung beantwortet werden können. Aber die wichtigen Fragen zu stellen, ist schon Teil der politischen Bildung in all ihren Formen.

Ein erster Versuch, das Feld genauer zu charakterisieren, findet sich im genannten Internetartikel: „Charismatische Personen, die einen ganz persönlichen Konsens ausdrücken, gewinnen an Bedeutung, Authentizität füllt diesen (moralisch fragilen) Leerraum. Persönlichkeiten werden attraktiv, die für etwas eintreten, das über Eigennutz hinausgeht, die also ‚wahrhaftig‘ agieren. Politiker, die den Jugendkult imitieren, werden häufig nicht als authentisch erlebt. Politiker dagegen, die für große Ideen unverdrossen eintreten, die meinen, was sie sagen, die vor allem Inhalte repräsentieren und dafür auch bereit sind, den Machtverlust zu riskieren, füllen diese Lücke am ehesten aus“ (ebd.).

Zu den **Auswahlkriterien** stellt die Produzentin Barbara Wackernagel-Jacobs selbst fest, dass sich die elf Porträtierten von der Masse der anderen Politiker deutlich abheben: „Alle elf Porträtierten gehören zu den sogenannten ‚Ausnahmen‘. Herr Wulff beispielsweise war zunächst von den Schülern im Film eher kritisch bewertet worden, war im Gespräch ausgesprochen angenehm, ruhig, persönlich, hinhörend und dialogfähig. Herr Platzeck versteht es absolut, mit jungen Menschen ins Gespräch zu kommen. Aber auch Florian Toncar war so präsent und engagiert in den Schuldiskussionen, dass er manch ein Vorurteil abgeräumt hat. Es ist also nicht eine Frage des Alters. Jean-Claude Juncker war in seiner selbstironischen und nachdenklichen Art für junge Menschen zunächst schwer durchschaubar, weil er überhaupt nicht um Sympathie buhlte und sich offensiv für Führung durch Kompetenz einsetzte, gegen ständiges Auf-Mehrheiten-Schielen, wurde aber gerade deswegen am Ende besonders geschätzt.“ (Wackernagel-Jacobs)

Die **Projektidee** der Filmemacherin Wackernagel-Jacobs wurde von Absolventen der Filmhochschule Ludwigsburg individuell umgesetzt. Filmtitel, Musik, Schnitt, Montage, Off-Kommentare, Interviewpassagen usw. ergeben im Zusammenspiel einen spezifi-

schen Zugang zu den porträtierten Personen. Diese Verdichtung kann in der politikdidaktischen Bearbeitung wieder „entflochten“ werden. Eine Autorisierung der einzelnen Porträts durch die Politikerinnen und Politiker fand nicht statt.

Zwischen Idee und filmischer Umsetzung stand ein **Workshop** in Berlin (2005) mit 24 jungen Menschen, die als Zielgruppe des Projekts angesehen werden können. Sie hatten die Aufgabe, ihre Vorstellungen zur Glaubwürdigkeit bzw. Unglaubwürdigkeit zu skizzieren, ihre Vorstellungen von Authentizität zu entfalten sowie konkret Fragen und Themenkreise zu benennen, auf die die Filme Antworten geben sollten. Dieser „Umweg“ sichert dagegen ab, dass die Filme „abgehoben“ politische Wirklichkeit sehr selektiv darstellen. Teil des Workshops war es aber auch, das eigene Verhältnis zur Politik zu spiegeln: Interesse, Zeitungslesen, Partizipation. Mit diesem reflexiven, empirisch angelegten Teil wird ein Widerspruch ausgelöst, der didaktisch produktiv gemacht werden kann.

Mit der Produktion der 15-minütigen Filmporträts war allerdings lediglich der erste Teil des Projekts abgeschlossen. In einem **zweiten Film** von 84 Minuten wird die reale Begegnung der Politikerinnen und Politiker mit Schülern und Schülerinnen dokumentiert (**Filmtitel: PolitAppeal. Schule begegnet Politik**). In sechs Schulen in Rheinland-Pfalz und im Saarland wurden „Politikprojekte“ durchgeführt, in denen das Image der Politik und der Politiker im Mittelpunkt stand. Vorbereitet durch Internetrecherchen zu den einzelnen Personen und durch die Betrachtung der Filmporträts wurde ein Fragenkatalog erarbeitet, der die realen Begegnungen strukturiert und die Schülerinnen und Schüler versuchten, die Authentizität der politischen Akteure zu beurteilen.

Ziele der einzelnen Projekte waren:

- ein anderes Bild der Politiker und Politikerinnen und ihrer Arbeit zu vermitteln, als das Bild, das üblicherweise in den Medien gezeigt wird,
- Vorurteile und Klischees gegenüber diesen abzubauen sowie
- auf diesem Weg Jugendliche mit politischer Arbeit vertraut zu machen und sie auf diesem Weg

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

- ▶ zu motivieren, selbst politisch aktiv zu werden und sich zu engagieren.

Im Fokus aller Begegnungen zwischen den Schülerinnen und Schülern und den politischen Akteuren stand auch das Verhältnis von Medien und Politik, das die Lernenden kritisch kommentierten. Die Nachfragen der Jugendlichen bewegen sich im weiten Feld vom Privatleben der politischen Akteure bis hin zu den aktuellen globalen Fragen der Europapolitik bzw. Weltpolitik (Klimawandel, Sicherheitspolitik usw.). Auffällig oft setzten die Schülerinnen und Schüler bei Widersprüchen zwischen politischer Programmatik und realem politischem Handeln an. Auch dieser Grundzug politischen Denkens Jugendlicher kann im Politikunterricht genutzt werden.

Der **Lernprozess** der Schülerinnen und Schüler in der Auseinandersetzung mit Film und Person zeigt sich in deren Reaktionen:

- ▶ In der Einzelfallbetrachtung schneiden die Politikerinnen und Politiker bei den Schülerinnen und Schülern erheblich besser ab.
- ▶ Für die Jugendlichen ist besser nachvollziehbar, warum der/die jeweilige Politiker/-in eine bestimmte Position vertritt.
- ▶ Durch das Schildern von konkreten Ausschnitten aus der Tagesarbeit wird für die Schülerinnen und Schüler deutlich, dass Politik vor allem jenseits des Rampenlichts der Fernsehkameras stattfindet und viel Arbeit ist.
- ▶ Die Lernenden haben festgestellt, dass Idealismus doch bei vielen Politikern eine Rolle spielt.
- ▶ Die Filme haben Interesse geweckt; nach allen bisher gezeigten Filmen entwickelt sich eine rege Diskussion, die zum Teil sehr kontrovers war, weil es dann auch um Sachthemen und Überzeugungen ging.
- ▶ Die dargestellten Politiker/-innen stießen keineswegs auf ungeteilte Zustimmung der Schülerinnen und Schüler. Ein Teil von ihnen stellte auch Glaubwürdigkeitsdefizite fest, andere hingegen konnten dies nicht bestätigen; daran entzündeten sich oft heftige Diskussionen. Es entstanden Situationen, die an hitzige Diskussionen im Bundestag erinnern – gelebte Demokratie!

- ▶ Mit dem Hintergrundwissen aus den Filmen fanden es die Jugendlichen spannend, sich mehr mit dem/der jeweiligen Politiker/-in und den Sachthemen zu beschäftigen.

Beide Filmarten – sowohl die Porträts (*Image*) als auch die Dokumentation (*PolitAppeal*) – besitzen eine unterschiedliche Qualität, auch wenn sie beide als Dokumentarfilme bezeichnet werden. Es erscheint jedoch fraglich, ob Image-Filme wirklich als Dokumentarfilme charakterisiert werden können. Damit kommen medienkundliche Kompetenzen ebenso ins Spiel wie Fragen der politischen Sozialisation, beides immer bezogen auf politische Urteils- und Handlungskompetenz.

An diesem Filmprojekt zeigte die Bundeszentrale für politische Bildung von Anfang an großes Interesse. Daraus resultiert der nächste Schritt, der eigentlich über das Filmprojekt hinaus geht, es aber zugleich als Grundlage besitzt. Die politikdidaktische Analyse der beiden Filme ergab sehr schnell die Struktur der vorliegenden **Handreichung für Seminare und Unterricht**: Die Filme bieten reichhaltige Ansatzpunkte für politisches Lernen, dies wird im Gliederungskonzept der elf Bausteine deutlich.

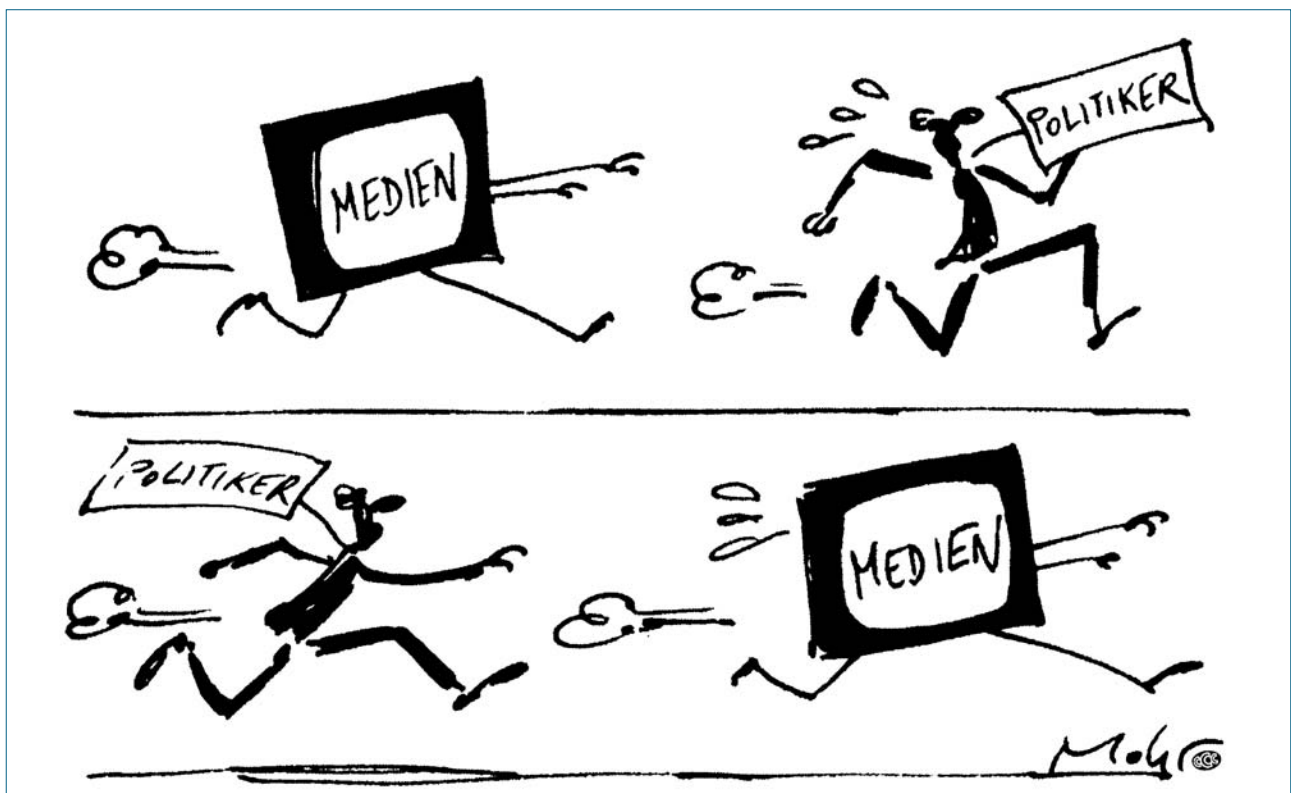
Wir haben den Filmtitel für die didaktische Handreichung beibehalten, um zu zeigen, wie eng beides zusammenhängt. Aber auch um zu prüfen, ob der Aphorismus von Thornton Wilder unseren Lerngegenstand wirklich trifft.

„Das Image ist ein geborgtes Gesicht“
(Thornton Wilder 1897–1975)

Politik und Medien / Politiker/-in und Medien: Nur negative Nachrichten?

Das Verhältnis von Politik und Medien bzw. Politiker(inne)n und Medien wird gegenwärtig mit einer ganzen Reihe von unterschiedlichen Schlagworten charakterisiert: Es wird gesprochen von „Mediengesellschaft“, von „Mediendemokratie“, „Mediokratie“, von einer „Mediatisierung der Politik“, von „Medialisierung“ (u.a. Pontzen 2006), von symbolischer Politik, von Inszenierung, von einer Reduktion auf 20-Sekunden-Statements usw. Politiker agieren unter medialer Dauerbeobachtung: „Die Republik ist bis in den letzten Winkel medial ausgeleuchtet“ (Rosumek u.a. 2007: 284f.). Insbesondere in der Darstellung von Politik hätten sich die Politiker den „Mediengesetzen“ unterworfen: Es herrsche die Notwendigkeit zur Visualisierung oder Personalisierung.

Es gibt verschiedene Vorschläge, die Beziehungen zwischen Medien und Politik zu beschreiben. Bereits 1985 hatte Plasser das Verhältnis nach dem Modell der Symbiose beschrieben (vgl. Plasser 1985). Gemein ist allen Beschreibungen aber, dass sie – in unterschiedlichen Abstufungen – von sehr engen Beziehungen beider ausgehen (vgl. Hoffmann 2003: 213). Dennoch unterscheiden sich Politik und Medien in ihren Zielen: Der Politik geht es nicht um mediale Aufmerksamkeit als Selbstzweck, sondern um eine Legitimation ihrer Macht und der Suche nach Kompromissen, dagegen zielt der politische Journalismus auf die Nachricht mit dem höchsten Reiz. Um aber dem Ziel der Medien möglichst gerecht zu werden, beherzigen Politikerinnen und Politiker die KISS-Formel (Keep It Short and Simple bzw. Keep it Short and Stupid). So versuchen sie unsere Orientierung an vereinfachten und personalisierten Botschaften sowie so genannten sound bites zu bedienen. Sound bites sind kurzzeitige Aufmerksamkeitsmuster, wie sie schon lange in Werbespots oder Videoclips benutzt werden. Droht daher eine Reduktion auf mediengerechte politische Minimalbotschaften?



Karikatur ©: Burkhard Mohr / ccc, www.c5.net

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

Das Image-Projekt mit den elf Porträts von Politikern verknüpft die beiden Bereiche Politik und Medien miteinander. Niklas Luhmann stellte fest, dass wir das, „was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, (...) durch die Massenmedien“ wissen. Diese Feststellung kann unmittelbar auf das Filmprojekt bezogen werden: Wie haben die Jugendlichen Politik bislang wahrgenommen? Und: Welche neuen Sichtweisen ermöglichen die Filme? Zur „Wahrnehmung“ von Politikern wird festgehalten, dass die Schülerinnen und Schüler bis zu diesem Projekt keinen direkten Kontakt mit der Politik hatten. Das entspricht der These Luhmanns. Ihr Bild war vor allem durch das Fernsehen bestimmt. Tissy Bruns, die von 1999 bis 2003 Vorsitzende der Bundespressekonferenz war, charakterisiert in ihrem Buch „Republik der Wichtigtuer“ die Berliner Szene als „Medienrepublik“ (Bruns 2007: 8); Berlin-Mitte sei zu einer „Bühne von Politik und Medien“ (ebd.) geworden. Sie arbeitet hier mit Metaphern, die prägnant das zusammenfassen, was den Kern des Verhältnisses ausmacht. Ihr Bewertungsmaßstab orientiert sich am Grundgesetz (Artikel 5: Pressefreiheit): „Journalisten sind verantwortlich für das Bild, das sich die Bürger über diese Wirklichkeit machen. Es soll differenziert, nüchtern und sachlich sein, um das Urteilsvermögen der Bürger zu stärken“ (ebd.: 9). Betrachtet man diesen Satz genauer, so kann zweierlei geschlussfolgert werden. Auch der Politiklehrer/die Politiklehrerin haben genau diese Aufgabe: ein Bild für die Wirklichkeit der Politik zu entwerfen und die politische Urteilsfähigkeit der Schülerinnen und Schüler zu stärken. Auch hier wird von einem „Bild“ gesprochen, wahrscheinlich weil man die „Wirklichkeit“ selbst nicht vollständig erfassen kann; immer sind nur perspektivische Annäherungen möglich, nach eigenen Fragestellungen und Sichtweisen. Indirekt kann man festhalten, dass damit das Ziel dieses „Image“-Projektes treffend umschrieben ist.

Die Nähe von „Image“ und „Bild“ ist unübersehbar. Beides setzt sich aus verschiedenen Einzelteilen zusammen, beides wird von unterschiedlichen Bürgerinnen und Bürgern notwendigerweise unterschiedlich interpretiert. Das macht den Reiz, aber auch die weiterführende Erkenntnis im Kontext von Politik

aus: Es reicht nicht aus, isolierte Fakten und empirische Daten als Bewertungsgrundlage aufzulisten, vielmehr geht es nicht ohne die „Deutung der Fakten“, um Politik zu verstehen.

Allerdings würden Medien zunehmend ihrer Aufgabe „aufzuklären“ nicht mehr gerecht werden. Dabei spielt sicherlich auch der Wandel innerhalb der Medien eine Rolle. Dort fristet Politik nur noch eine Randerscheinung, während Unterhaltung den Kern bildet. In einem Interview macht Ulrich Wilhelm, Sprecher der Bundesregierung unter Kanzlerin Merkel, deutlich, dass Medien „bedingt durch den gewachsenen Konkurrenzdruck, gerade nicht mehr Gelegenheit für längere, erklärende Formate“ bieten würden. So müssten politische Sachverhalte möglichst einfach präsentiert werden und eben nicht als komplexe Prozesse mit ihren Differenzierungen, wie sie tatsächlich seien (vgl. Rosumek u.a. 2007: 278). „Besonders gute Chancen, zum Medienereignis zu werden, haben Auftritte dann, wenn mit ihnen eine dramatische Situation von der Art geschaffen werden kann, dass der politische Gegner – oder der Konkurrent aus der eigenen Partei – gezwungen ist, darauf zu antworten“ (Meyer/Ontrup 1998: 533). Auch der Medienforscher Carsten Reinemann konstatiert einen zunehmenden Boulevardisierungstrend in der aktuellen Medienlandschaft, der sich in einer starken Publikumsorientierung, einer Emotionalisierung und einem Negativismus sowie einer schleichenden Entpolitisierung niederschlägt. Aber auch in der Politik ließe sich eine Boulevardisierung beobachten: „Populismus und Inszenierung statt Substanz.“ Es gibt jedoch auch die Ansicht, dass die aktuelle Diskussion um Boulevardisierungstendenzen in der Selbstdarstellung von Politikern teilweise relativiert werden müsste: „Die honorigen Vorgänger waren auch nicht besser. Oder anders gesagt: Sie waren ebenso klug beraten, sich durch sympathischen Klatsch und Tratsch positive Schlagzeilen und hohe Reichweite zu sichern“ (Rosumek u.a. 2007: 286). Bereits vor der Erfindung des Privatfernsehens hätte Politik die Menschen nicht nur durch Wort, Argument und Rationalität, sondern auch durch die Mobilisierung von Gefühlen und durch ihren Unterhaltungswert gefesselt.

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

Ein Brainstorming zu Beginn des Image-Projekts ergab ein kritisch-distanziertes Verhältnis von Jugendlichen zu Politik und Politiker(inne)n. Sie erlebten Politik vielfach als Enttäuschung: Skandale, Machtpoker, Eigennutz. Politische Institutionen, politische und andere Akteure innerhalb der Berichterstattung sind Ziel von medialen Bewertungen. So stellt der Politikwissenschaftler Korte nach einer Studie zu Bewertungen in der Medienberichterstattung fest: „Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse zeigen, dass sich die meisten Aussagen auf die Politiker bezogen. Von den knapp 1000 untersuchten Bewertungen fallen rund zwei Drittel negativ aus. Damit ist die Medienberichterstattung über Politiker, Politik und politische Institutionen eindeutig negativ. Diese Befunde decken sich mit den empirischen Ergebnissen zur Politik- und Politikerverdrossenheit in Deutschland. Man kann mittlerweile von wachsender Politikverachtung der Deutschen sprechen, die erstmalig in Bundestagswahlen zu- und nicht abgenommen hat“ (Korte 2006). Sowohl die politischen Akteure als auch die Medienschaffenden gelten als die Verlierer der Mediengesellschaft. Beide rangieren am unteren Ende der Berufsprestigeskala. Im zweiten Halbjahr 2003 fragte das Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) Bundestagsabgeordnete nach den Gründen für den Verlust an Vertrauen in die Politik. Diese machten mit 96,6 Prozent die Art der Berichterstattung für den Vertrauensverlust verantwortlich. Aber auch 88,5 Prozent nannten „überzogene Versprechen von Politikern“ und 78,4 Prozent „Affären und Skandale, in die Politiker verwickelt waren“ als Gründe für den Prestigeverlust (vgl. Bruns 2007: 48–49).

Erstmals zu Beginn der 80er-Jahre, verstärkt dann zu Beginn der 90er-Jahre war „Politikverdrossenheit“ ein Thema der Medienberichterstattung. Dieser mediengerechte Begriff zeigte sich auch in anderen Varianten wie „Politikerverdrossenheit“, „Parteienverdrossenheit“, „Staatsverdrossenheit“ oder „Demokratieverdrossenheit“. Im Jahr 1992 avancierte „Politikverdrossenheit“ sogar zum Wort des Jahres. Wissenschaftliche Analysen bezweifeln allerdings stark seine analytische Bedeutung. Der Begriff impliziert, dass es einen gewissermaßen „unverdrossenen“ Zustand gegeben haben muss und irgendwel-



Quelle: © Institut für Demoskopie Allensbach; http://www.ifd-allensbach.de/news/prd_0802.html (21.07.2009)

che Ereignisse den jetzigen Zustand herbeigeführt haben müssten. Arzheimer wies nach, dass es in der wissenschaftlichen Literatur keinen Konsens über eine Definition gebe, nicht einmal darüber, welche Einstellungen überhaupt für den Begriff „Verdrossenheit“ ausschlaggebend seien. Zugleich machte er deutlich, dass bekannte Konzepte wie Parteienidentifikation, Unterstützung des politischen Systems, Wertewandel, Strukturwandel moderner Gesellschaften oder Rechtsextremismus unter dem Überbegriff subsumiert wurden und lehnte daher eine Übernahme des Begriffs in die Wissenschaft ab (Arzheimer 2002: 21).

Andere gehen wiederum soweit, dass sie darlegen, dass durch die emotionale Dimension in der medialen Darstellung von Politik Entfremdungs- und Ablehnungstendenzen entgegengewirkt werden könnten: „Politainment fungiert so als Stabilisator von politischem Systemvertrauen“ (Dörner 2002). Bundeskanzler Gerhard Schröder wurde oft als (erster) „Medienkanzler“ bezeichnet. Er prägte zu Beginn seiner ersten Amtsperiode von 1998 bis 2002

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

den Ausspruch, dass er nur „Bild, BamS und Glotze“ zum Regieren brauche. Diese Formel macht deutlich, wie Schröder es durch immer neue Inszenierungen schaffte, das Interesse der Medien auf sich zu ziehen. Mit italienischen Anzügen der Marke Brioni oder Cohiba-Zigarren rauchend sorgte Schröder schon kurz nach seinem Amtsantritt für Aufsehen. Schröder setzte dabei aber nicht nur auf Qualitätsmedien, sondern ganz gezielt auch auf das Boulevard (vgl. Pontzen 2006). Aber auch für andere Politiker ist das Zurschaustellen des eigenen Körpers inzwischen ein gängiges Mittel zur Imagepflege geworden. „Sie machen nicht unbedingt Politik mit dem Körper, aber ihr Körper gehört zur Politik“ (Kister 2009: 11). Man denke an das Bild, auf dem Wladimir Putin mit nacktem Oberkörper am Fluss steht und angelt, oder an Silvio Berlusconi, der im Piratenstil mit aufgeknöpftem Hemd und Kopftuch im Jahr 2004 den britischen Premierminister Tony Blair empfing und offen über Schönheitsoperationen sprach. Auch Joschka Fischer, der ehemalige Außenminister, wusste seinen Körper durch Dauerlauf und Diät in Szene zu setzen (vgl. Krönert 2009). Ganz anders die heutige Kanzlerin. Es scheint mittlerweile einen Kon-

sens unter den Journalisten zu geben, dass man nichts über das Erscheinungsbild schreibt, weil es angeblich wenig mit der Politik zu tun habe. Angela Merkel wurde immer wieder darauf hingewiesen, dass Kleidung, Frisur und Styling doch auch und gerade für Politikerinnen und Politiker entscheidende Imagefaktoren seien. Doch die heutige Kanzlerin ignorierte diesen Rat lange und pflegte ein regelrechtes „Anti-Image“. Gerade dieses scheint den Menschen besonders im Gedächtnis zu haften, auch wenn sich Angela Merkel nach der Ernennung zur ersten Kanzlerin der Bundesrepublik grundlegend gewandelt hat (Rosumek u.a. 2007: 264). Aber Aussehen und Auftreten sind Indikatoren für das Selbstwertgefühl eines Menschen und tragen daher maßgeblich zur Beurteilung von Menschen, auch von Politikern bei: „Sie [Aussehen und Auftreten, Anm. d. Verf.] senden Botschaften aus, im weiteren Sinn auch politische Botschaften“ (Kister 2009: 11).

Nach der Bundestagswahl 2005 warf der noch amtierende Bundeskanzler Gerhard Schröder in der „Berliner Runde“ den zwei öffentlich-rechtlichen Chefredakteuren stellvertretend für die gesamte



Karikatur ©: Klaus Stüttmann

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

► Medienlandschaft vor, dass diese offene oder verdeckte Wahlkampfhilfe für die schwarz-gelbe Opposition betrieben hätten. Er werde aber Bundeskanzler bleiben, so Schröder, auch wenn die Medien dagegen arbeiten würden. Und auch der damalige Innenminister Otto Schily übte sich in den Tagen nach der Wahl als Medienkritiker.

Die Untersuchung des Politikwissenschaftlers Korte ergab: „Herausforderin Angela Merkel hat in der Berichterstattung zur Bundestagswahl 2005 einen Image-Vorteil gegenüber Bundeskanzler Gerhard Schröder. Merkel wird in den rund 1 700 untersuchten Artikeln der Süddeutschen Zeitung und Bild-Zeitung bereits als ‚gefühlte Kanzlerin‘ dargestellt – Schröder kann seinen Amtsbonus nicht nutzen. Damit stehen die untersuchten Medien im Kontrast zur Stimmung in der Bevölkerung. Die Wähler wollten laut Umfrageinstituten – mit Ausnahme von vier Wochen nach der NRW-Landtagswahl – mehrheitlich Schröder als Kanzler behalten“ (Korte 16.03.2006). Andere kamen dagegen zu dem Urteil, dass Schröders Kampagnenvorwurf an die Medien jeglicher Grundlage entbehre. In einer Auswertung von knapp 7 000 Presseartikeln aus der Wahlkampfzeit durch die Medienbeobachter von landau Media habe sich gezeigt, dass die Zeitungen gleichermaßen „objektiv“ bis „kritisch“ über die Inhalte von SPD wie von CDU/CSU berichtet haben (vgl. Ridder 2006: 2ff.). Lediglich die Präsentation von Umfrageergebnissen hätte den Eindruck aufkommen lassen, dass die Wahl schon gelaufen sei. Und genau diese Präsentation von Umfrageergebnissen ersetze im Fernsehen immer mehr eine tiefergehende Auseinandersetzung mit politischen Inhalten: „Es ist der Hang zur Simplifizierung, die zunehmende Fixierung auf Zahlen und Köpfe, die im kurzatmigen Medien-geschäft zu unterkomplexen Analysen führt“ (ebd.: 6).

Medien tragen dazu bei, Politik aus dem Arkanbereich zu holen. Politik ist jenseits des Scheinwerferlichts anders. Zur Vereinfachung wurde daher in der Politikwissenschaft zwischen Entscheidungspolitik und Darstellungspolitik unterschieden. Eine klare Trennung lässt sich jedoch nachweislich nicht ziehen, denn auch die Darstellungspolitik kann zu einem bedeutenden Instrument praktischer Ent-

scheidungspolitik werden: „Das öffentliche Erscheinungsbild beeinflusst jedoch nicht nur die Mehrheitschancen politischer Positionen und Personen, sondern es lässt sich zugleich als Führungsinstrument bei der Herstellung und Durchsetzung von Entscheidungen innerhalb des parlamentarischen Institutionengefüges wie auch intermediärer Verhandlungssysteme heranziehen“ (Glaab 2000: 107). Auch andersherum wird bei politischen Entscheidungen mitbedacht, wie sie sich vermitteln lassen oder noch weitergehend werden Entscheidungen so gefällt, dass sie sich gut vermitteln lassen (vgl. Holtz-Bacha 2006: 14). Auch Sarcinelli folgert, dass die gängige dualistische Gegenüberstellung von „Entscheidungspolitik“ und „Darstellungspolitik“ als „unterkomplex“ betrachtet werden muss (vgl. Sarcinelli 2007: 9).

Das Image-Projekt stellt elf Porträts von Politikerinnen und Politikern in den Mittelpunkt und muss sich daher auch dem Problem der „Personalisierung“ widmen. „Idealtypisch sollen die Bürger an der Person des Spitzenpolitikers erkennen und dingfest machen können, für welche Ziele er mit seiner Partei oder Regierung steht. Der Spitzenpolitiker verkörpert Glaubwürdigkeit und wirbt um das empfindliche Gut Vertrauen. Politische Personalisierung hat also einen klaren Zweck: Sie dient, wenn sie gelingt, der Verständigung zwischen der Bevölkerung und ihren Mandatsträgern. Sie dient dem Gemeinwohl“ (Bruns 2007: 61). Allerdings wird im politikwissenschaftlichen Diskurs „Personalisierung“ weitaus kritischer gesehen. Der Trend zur Personalisierung der Spitzenkandidaten ist auch in Deutschland keineswegs eine neue Strategie (vgl. Holtz-Bacha 2006: 13). Dennoch zeigen Studien, dass zu Zeiten der Bundestagswahlkämpfe seit 1998 stark personalisiert berichtet wird (vgl. Wilke/Reinemann 2000; Wilke/Reinemann 2006; Schulz/Zeh 2006). Die Personalisierungstendenzen haben unter den Bedingungen der Mediendemokratie zugenommen und diese Zunahme wird auch weiterhin anhalten. Die Personalisierung ist der Versuch den Vertrauensverlust aufzufangen. Es ist jedoch fraglich, ob dies gelingen kann, wenn zum Ersten die Strahlkraft von Politikerinnen und Politikern im grauen Politik-Alltag schnell nachlässt und zum Zweiten der Erfolg nur über eine er-

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

folgreiche Zusammenarbeit mit den Medien erworben werden kann. Dies führe bei den Politikerinnen und Politikern zu einer permanenten Anspannung, um keine Fehler zu begehen (vgl. Schönherr-Mann 2002: 4f.). Zugleich seien die Bürger nicht so naiv, die Show für die ganze Wahrheit zu nehmen. So wäre der Medienstar Schröder in Umfragen und bei den nachfolgenden Landtagswahlen durchaus deutlich sanktioniert worden (vgl. Dörner 2002: 4).

Das idealistische Modell, in dem die Politik ihre Lösungen argumentativ vorträgt, um das Volk zu überzeugen, und die Medien sich dabei als kritische Multiplikatoren verstehen und die Informationen sinnvoll kanalisieren, auf die sich die Bürger bei der Wahlentscheidung rational berufen, war nie wirklichkeitsadäquat (vgl. Schächter 2006: 2). Dennoch lässt sich die Presse auch als offener Kanal zwischen Politik/Politikern und Bürgern/Wählern sehen. Eine Studie zeigt, dass das Fernsehen für viele Wähler die wichtigste Informationsquelle ist. Zugleich stehen aber eher Vertrauenswürdigkeit, Problemlösefähigkeit und Sympathie im Vordergrund der Zuschauerwahrnehmung, da sie auch mehr Informationen über die Persönlichkeit als über die Sachkompetenz der Kandidaten erhalten. Das Urteil der Wähler über die Politikerinnen und Politiker folgt dem Tenor der medialen Berichterstattung, sie wird von den Zuschauern für realitätsgerecht und objektiv richtig gehalten (vgl. Kepplinger/Maurer 2005).

Politische Bildung sollte auch dazu beitragen, dass Schülerinnen und Schüler zwischen einer pompös inszenierten, aber weitgehend inhaltsleeren Politikdarstellung und der notwendigen Vermittlung von Politik durch die politische Berichterstattung unterscheiden können. Die Materialien in diesem Band versuchen eine entsprechende Urteilskompetenz zu fördern.

Vorurteile, vorläufige Urteile, Urteile

Der zentrale Begriff dieses Projektes „Image“ ist nicht leicht zu fassen. Herger definiert ihn folgendermaßen: „Das Image:

- ▶ ist ein komplexes, mehrdimensionales strukturiertes System von großer Prägnanz und Plastizität,
- ▶ bildet eine Ganzheit und enthält objektive wie auch subjektive, richtige oder falsche Vorstellungen, Einstellungen und Erfahrungen,
- ▶ ist einer Entwicklung anfänglich mehr dynamischer und im Laufe der Zeit (stereotyp) verfestigender Strukturen unterworfen, die stabil und inflexibel, aber dennoch korrigierbar und manipulierbar sind,
- ▶ erleichtert die Orientierung, reduziert Unsicherheit,
- ▶ ist kommunizierbar und mit empirischen Methoden umfassend ermittelbar
- ▶ und wirkt sich im sozialen Feld meinungs-, verhaltens- und handlungsbestimmend aus“ (Herger 2006: 162).

Man sieht an dieser Auflistung von Merkmalen deutlich, wie ganzheitlich und dennoch mehrdimensional der Begriff „Image“ ist. Schülerinnen und Schüler haben ihre eigenen Images von Politikerinnen und Politikern. Zumeist entstehen diese Konstruktionen zunächst völlig ohne reale Kontakte zu den politischen Akteuren, sondern basieren auf medialen Bildern oder Bildern, die in der Peergroup erzeugt werden. Diese Mischung ist schwer zu fassen, sie ist aber auch veränderbar.

Die Diskussionen der Schülerinnen und Schüler mit den Politikerinnen und Politikern (vgl. Film „PolitAppeal“) zeigen deutlich, dass die Schülerinnen und Schüler ihre bisherigen Vorurteile bzw. vorläufigen Urteile ein gutes Stück weit revidiert haben: Sie kommen zu realistischen Einschätzungen dessen, was politische Akteure tun.

Damit stellt sich fachdidaktisch allerdings ein doppeltes Problem: Wenn die Erfahrung mit ausgewählten Politikerinnen und Politikern auf den verschiedenen institutionellen Ebenen der Politik von der Kommune bis zur EU erst diesen Schub in die anvi-



Karikatur ©: Klaus Stüttmann

sierte Richtung leistet, wie können dann ohne eine solche Begegnung die Ziele des Projekts erreicht werden? Andererseits kann unterstellt werden, dass die Politikerinnen und Politiker solche Profis in Selbstinszenierung sind, dass die Schülerinnen und Schüler wenig Ansatzpunkte für ihre Kritik hatten. Das Erlebnis schlägt durch, die Erkenntnis wird begrenzt.

Dieser Überlegung muss man nicht folgen, dennoch sollte immer auch der Versuch gemacht werden, auf einer Metaebene die gemachten Erfahrungen zu reflektieren. Erst dieser distanziert-kritische Lernweg setzt sich erneut mit den eigenen „Bildern“ von Politik und den „Selbstbildern“ der Akteure auseinander.

Dort wo eine reale Begegnung mit Politikerinnen und Politikern nicht möglich ist, kann aber die unterrichtliche Auseinandersetzung mit dem Image von politischen Akteuren mit Hilfe der folgenden Materialien das Bild festigen oder einen Imagewechsel herbeiführen.

Im Folgenden wird der schwierige Versuch unternommen, zwischen Vorurteil, vorläufigem Urteil und (politischem) Urteil eine Abgrenzung vorzunehmen. Gibt es dazu überhaupt trennscharfe Kriterien?

Der wissenschaftliche Diskurs hat sich mit diesen drei Grundbegriffen in unterschiedlichen Zusammenhängen beschäftigt. Am längsten thematisieren die Sozialpsychologie und die Soziologie den Vorurteils-Begriff. Dazu eine umfassende Begriffsbestimmung aus dem „Lexikon zur Soziologie“:

Vorurteil

„Vorurteil, Globalurteil, Pauschalurteil, ein verfestigtes, vorgefasstes, durch neue Erfahrungen oder Informationen schwer veränderbares Urteil über Personen, Gruppen, Sachverhalte usw. Es ist emotional gefärbt und enthält meist positive (vor allem gegenüber der eigenen Person oder Gruppe) oder negative (vor allem gegenüber Fremden und Fremdgruppen) moralische Wertungen. Die Informationen, auf die sich ein V. stützt, sind in der Regel lückenhaft,

▶ verzerrt oder sogar falsch. Die Bildung von V.en über Fremdgruppen (z.B. andere Nationen, Minoritäten usw.) liegen vielfach Erfahrungen mit einzelnen Mitgliedern dieser Gruppen zugrunde, die generalisiert und für jedes Mitglied der betreffenden Gruppe als zutreffend angesehen werden. Die abwertende Einstellung gegenüber fremden Gruppen, die in den V.en über diese zumeist zum Ausdruck kommt, geht in der Regel darauf zurück, daß die eigenen Normen und Wertvorstellungen für allgemeingültig gehalten und zum Maßstab des Verhaltens auch aller anderen Menschen gemacht werden; dies dient gleichzeitig der Sicherung des Selbstwertgefühls und des Zusammenhalts der Eigengruppe. Ferner tragen Mechanismen wie die Projektion, die Tendenz zur Ableitung von Aggressionen auf Sündenböcke usw. zur V.bildung bei. Da angenommen wird, daß V.e insbesondere im Zusammenhang mit der Diskriminierung von Minoritäten (z.B. Antisemitismus) und in den Beziehungen zwischen Nationen eine zentrale Rolle spielen, ist die Erforschung der Entstehung und Wirkung von V.en sowie der Möglichkeiten für den Abbau von V.en zu einem wichtigen Gegenstand der Sozialpsychologie und Soziologie, neuerdings auch der Friedens- und Konfliktforschung geworden“ (Lexikon zur Soziologie 1973, 743–744)

Vorläufiges Urteil

Der Begriff „vorläufiges Urteil“ ist weniger verbreitet. Er kann der Lerntheorie, der Kognitionsforschung zugeordnet werden und meint, dass wir in der Begegnung mit neuen Sachverhalten, Personen usw. immer einen kategorialen Zugriff versuchen, der an Bekanntes andockt und sich über weitere Informationen und Erfahrungen verändern lässt. Ihm fehlt also die Starre und projektive Funktion eines Vorurteils. Ohne solche „Zwischenfestlegungen“ oder vermittelnde Kategorien ist ein Verarbeiten von Fremdem und Neuem nicht vorstellbar. Aber erst in diesem Aneignungsprozess werden aus vorläufigen Urteilen endgültige Urteile.

Politisches Urteil

Beim dritten Grundbegriff, dem Urteil, verhält es sich nochmals komplexer; erst in den letzten Jahren wird dieser Begriff und die Anbahnung von Urteilskompetenz verstärkt in der Politikdidaktik diskutiert. Der lateinische Begriff „iudicium“ ist der Ursprung für den heutigen Begriff und wurde als Fähigkeit verstanden, eine Situation angemessen zu bewerten. Zugleich bezeichnete der lateinische Begriff aber auch das Ergebnis dieser Beurteilung. Peter Massing hat eine substanzielle, konsensfähige Definition entwickelt. Allerdings muss man deutlich zwischen juristischen Urteilen und politischen Urteilen unterscheiden. Während juristische Urteile aus einer Subsumptionslogik resultieren, also der Unterordnung eines Falles unter allgemeine Rechtsnormen, haben politische Urteile eine ganz andere Qualität: „Ein politisches Urteil ist die wertende Stellungnahme eines Individuums über einen politischen Akteur oder einen politischen Sachverhalt unter Berücksichtigung der Kategorien Effizienz und Legitimität mit der Bereitschaft, sich dafür öffentlich zu rechtfertigen“ (Massing 2003, 94).

Dieses Modell – erweitert durch die Perspektiven der Akteure, der Adressaten und des Systems – wurde an einer Reihe von Fallbeispielen erprobt und hat seine Tauglichkeit im Politikunterricht unter Beweis gestellt: sowohl als Diagnoseinstrument für den Politiklehrer/die Politiklehrerin als auch als Erweiterung der punktuellen und verkürzten Schülerurteile über Politik.

Fehlkonzepte – Generationstypische Ent-Täuschungen. Eine Annäherung

Den zwei sozialwissenschaftlichen Konzepten ist im politikdidaktischen Kontext gemeinsam, dass sie sich nicht allein durch eine knappe Definition bestimmen lassen. Das liegt vor allem daran, dass jedes dieser Konzepte Implikationen besitzt, die zu weiteren Fragen und Klärungsversuchen führen.

Das erste Konzept wird „Fehlkonzepte der Adressaten“ genannt. Implizit verweist dieser Begriff darauf, ▶

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung

	Perspektiven – Es müssen verschiedene Aspekte bei der Abwägung eines politischen Urteils berücksichtigt werden.		
Beurteilungsmaßstab	Akteure	Adressaten	System
Effizienz Die übergeordnete Frage hier lautet: Ist Effizienz durch den zu beurteilenden Sachverhalt erhöht/erhalten/verringert worden? Hierzu kann man z.B. Leistung, Kosten, Chancen und Risiken der Entscheidung bewerten.	Einschätzung der ... ▶ Handlungsmöglichkeiten (individuelle und objektive) ▶ Kompetenzen ▶ Machtmittel ... der Akteure	Einschätzung des/der ... ▶ individuellen Nutzens ▶ individuellen Kosten ▶ individuellen Interessen ... der Betroffenen	Einschätzung der Auswirkungen auf ... ▶ die Funktionsfähigkeit ▶ die Leistungsfähigkeit ▶ die Stabilität ... des betroffenen politischen Systems
Legitimität Die zweite übergeordnete Frage ist: Ist durch den zu beurteilenden Sachverhalt Legitimität gewährleistet/gefährdet/verletzt worden?	Einschätzung der allgemeinen Auswirkungen auf ... ▶ Menschenrechte ▶ demokratische Normen und Werte (Gleichheit, Freiheit, Gerechtigkeit) ▶ das Gemeinwohl ▶ die Akzeptanz der Betroffenen ▶ die Transparenz der Entscheidung ▶ der Teilhabe der Betroffenen	Einschätzung der allgemeinen Auswirkungen auf die ... ▶ Selbstbestimmung ▶ Mitbestimmung ▶ Identität ▶ Interessen ▶ Werte ... der Betroffenen	Einschätzung der Auswirkungen auf die Prinzipien des politischen Systems ▶ Demokratie ▶ Rechtsstaat ▶ Sozialstaat ▶ Bundesstaat ▶ Revisionsmöglichkeiten der Entscheidung

Nach: Massing (2003: 97).

dass es neben den Fehlkonzepthen der Schülerinnen und Schüler auch wissenschaftlich abgesicherte „richtige“ Konzepte gibt, die die politische Bildung vermitteln muss. Dieser Wechsel wird in verschiedenen Fächern als „conceptual change“ diskutiert.

Sibylle Reinhardt hat Fehlkonzepthe von Schülerinnen und Schülern identifiziert (vgl. Reinhardt 2005, 47f.). Sie spricht von „Fehlverstehen als Bedingung politischen Lernens“ (ebd.). Es bezieht sich auf Politik und Demokratie und ist bedingt durch den Kurzschluss von Jugendlichen „von ‚öffentlich‘ auf ‚privat‘“ (48). D.h., Maßstäbe und Kriterien, die im privaten Leben wichtig sind, werden bruchlos auf politische Sachverhalte übertragen. Die Autorin nennt eine Reihe von Fehlkonzepthen. Für unseren Zusammenhang steht das folgende im Vordergrund: „Das Private sei politisch – das Politische sei privat. Ganzheitliches Begreifen kann Entdifferenzierung bedeuten, wenn nämlich Prinzipien, die für einen Lebensbereich Sinn geben, auf einen anderen übertragen werden, zu dem sie nicht passen. Hierher gehört in erster Linie die Assimilation des politischen Systems an Konzepte des privaten Leben: Personen

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Einführung/Literaturhinweise

► sind dann wichtiger als Inhalte (Personalisierung politischer Prozesse) und Institutionen erhalten eher Sympathie- als Bedeutsamkeitswerte. Bekannt ist aus der Jugendforschung, dass konflikthafte Institutionen des parlamentarischen Systems wie Parteien durchweg die niedrigsten Vertrauenswerte erhalten, während z.B. Gerichte hohe Werte verbuchen können. [...] Auch werden Kerninstitutionen und -rechte der liberalen Demokratie nur für konsensuale Situationen befürwortet. Die private Tendenz zur Harmonie wird dem öffentlichen Bereich übergestülpt und führt zu Fehlbeurteilungen“ (Reinhardt 2005, 50).

Sie folgert daraus, die Verstehensprobleme der Jugendlichen als Teil der Bedingungen zu begreifen, unter denen Unterricht stattfindet. „Das Wissen um und die Akzeptanz von Lernschwierigkeiten öffnen den didaktischen Weg: Es gilt solche Lernprozesse zu arrangieren, die auch den Fehlvorstellungen Raum geben und die die Kompetenzen erweitern helfen. [...] Unterricht muss sich mit dem Bewusstseinsstrom der Schüler entwickeln [...]“ (Reinhardt 2005, 53). Letztlich benötigt der Fachlehrer/die Fachlehrerin eine „hermeneutische Kompetenz“, um Unterricht verstehen und deuten zu können (vgl. Kuhn 2004).

Ein zweites Konzept hat Peter Henkenborg entwickelt. Es spricht von „generationstypischen Ent-Täuschungen“ (Henkenborg 2007). Zum Begriff „Ent-Täuschungen“: Enttäuschung oder Frustration. Dieser

Begriff wurde im Kontext von Antikriegsfilmen eingeführt. In einem Papier heißt es: „Daher kommt es auf die Dialektik von Handlung und Gestaltung, von Inhalt und Form an. Fasst man diesen Zusammenhang inhaltlich, so bildet m.E. das zentrale Kriterium eines Antikriegsfilmes die Ent-Täuschung. Was bedeutet dies konkret? Zumindest die zentrale Person macht einen widersprüchlichen und konflikthaften Weg der Desillusionierung durch. Die eigenen Vorstellungen, Begründungen, Motive und ‚Gewissheiten‘ fallen allmählich zusammen. Diese Konflikte spielen sich auf zwei Ebenen ab: der Ebene der äußeren Handlungen und der Ebene der inneren seelischen Verarbeitungen. [...] Ent-Täuschung kann beim Zuschauer destruktive Ideale, die Lähmung und Passivität bedingen, zähmen. Zumindest endet die Auseinandersetzung mit Krieg nicht mit dem Happy-end im Film, der ‚Lösung‘ der Handlungsknoten, sondern notwendig in der geistigen Weiterbeschäftigung beim Zuschauer“ (Kuhn 1994).

Man kann vermuten, dass die Auseinandersetzung mit den eigenen Bildern von Politik bzw. Politikern sich mit diesem Prozess vergleichen lässt, zumindest kann über gezielte politische Bildung ein Aufklärungsprozess erfolgen, der hinter den Vorurteilen und Fehlkonzepten, hinter den Enttäuschungen, und damit auch hinter Täuschungen zu einem realistischen Bild von Politik und politischen Akteuren vorstößt.

Literaturhinweise

Armingeon, Klaus/Blum, Roger (1995): Das öffentliche Theater. Politik und Medien in der Demokratie. Bern.

Arzheimer, Kai (2002): Politikverdrossenheit. Bedeutung, Verwendung und empirische Relevanz eines politikwissenschaftlichen Begriffs. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bruns, Tissy (2007): Republik der Wichtigtuert. Ein Bericht aus Berlin, Bonn (Lizenzausgabe bpb).

Burckschat, Kirsten (2006): Politik ist kein Topthema für Jugendliche. Wie junge Menschen zum Mitmachen bewegt werden können. In: Das Parlament, Ausgabe Nr. 17/18, 24.4./2.5.2006, S. 13.

Dörner, Andreas (2002): Politainment versus Mediokratie. Thesenvortrag Medienforum NRW am 21.6.2002. Online verfügbar unter www.mediaculture-online.de, zuletzt geprüft am 7.10.2009.

Glaab, Manuela (2000): Mediatisierung als Machtquelle von Regierungschefs. In: Korte, Karl-Rudolf/Hirscher, Gerhard (Hrsg.): Darstellungspolitik oder Entscheidungspolitik. Über den Wandel von Politikstilen in westlichen Demokratien, München: Hanns-Seidel-Stiftung, S. 106–121.

Grünewald, Nicole (2009): Keine Angst vor Politikmarken! Evolution und Enttabuisierung eines gesellschaftlichen Phänomens, Baden-Baden.

Das Image der Politik und der Politiker. Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung politischer Akteure

Literaturhinweise

- Herger, Nikodemus (2006): Vertrauen und Organisationskommunikation. Identität – Marke – Image – Reputation. Wiesbaden, S. 159–174.
- Holtz-Bacha, Christina (2006): Personalisiert und emotional: Strategien des modernen Wahlkampfes. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte B 7/2006*, S. 11–19.
- Kepplinger, Hans Mathias/Maurer, Marcus (2005): Abschied vom rationalen Wähler: warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden, Freiburg/München.
- Kinzig, Silke (2007): Auf dem Weg zur Macht? Zur Unterrepräsentation von Frauen im deutschen und U.S.-amerikanischen Regierungssystem. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kister, Kurt (2009): Muskel und Masse. Schröders Schweiß, Putins Oberkörper, Joschkas Bauch – was das Erscheinungsbild von Politikern über ihr Selbstverständnis verrät, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 20./21.5.2009, S. 11.
- Kleinsteuber, Hans J. (2008): Mediendemokratie – kritisch betrachtet. In: *merz. Medien+erziehung* 52 (2008) 4, S. 13–22.
- Korte, Karl Rudolf (2006): Medienanalyse zum Image von Spitzenpolitikern und Parteien in der Politikberichterstattung 2005. Online verfügbar unter <http://www.karl-rudolf-korte.de/data/medienanalyse.pdf>, zuletzt aktualisiert am 16.03.2006, zuletzt geprüft am 02.03.2009.
- Krönert, Tony (2009): Der Körper des Politikers. In: *politik&kommunikation*, März 2009, S. 54–55.
- Kuhn, Hans-Werner (2004): Basiskompetenz: Unterricht interpretieren, in: *Arbeitskreis Interpretationswerkstatt PH Freiburg* (Hrsg.): *Studieren und Forschen. Qualitative Methoden in der LehrerInnenausbildung*, Herbolzheim, S. 67–90.
- Lexikon zur Soziologie (1973), Opladen.
- Massing, Peter (2003): Kategoriale politische Urteilsbildung. In: Kuhn, Hans-Werner (Hrsg.): *Urteilsbildung im Politikunterricht. Ein multimediales Projekt. Buch – CD Rom – Video*, Schwalbach/Ts., S. 91–108.
- Meyer, Thomas/Ontrup, Rüdiger (1998): Das „Theater des Politischen“. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 523–543.
- Plasser, Fritz (Hrsg.) (1985): *Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft*. Wien.
- Pontzen, Daniel (2006): *Nur Bild, BamS und Glotze? Medialisierung der Politik*, Berlin.
- Rosumek, Lars/Langguth, Gerd/Ackermann, Eduard (2007): *Die Kanzler und die Medien. Acht Porträts von Adenauer bis Merkel*. Frankfurt a.M.: Campus Verlag
- Sarcinelli, Ulrich (2002): *Mediatisierung*. In: Jarren, Ottfried u.a. (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch*. Opladen/Wiesbaden. S. 678.
- Schächter, Marcus (2006): *Medien und Macht. Journalismus in der vernetzten Gesellschaft. Vortragsmanuskript*, 39. Mainzer Tage der Fernseh-Kritik 2006. Online verfügbar unter www.mediaculture-online.de, zuletzt geprüft am 7. Oktober 2009.
- Schönherr-Mann, Hans-Martin (2002): Wieviel Vertrauen verdienen Politiker? In: *Aus Politik und Zeitgeschichte B 15–16/2002*, S. 3–5.
- Schulz, W./Zeh, R. (2006): *Die Kampagne im Fernsehen – Agens und Indikator des Wandels. Ein Vergleich der Kandidatendarstellung*. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 277–305.
- Wilke, J./Reinemann, Carsten (2000): *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949–1998*. Köln: Böhlau.
- Wilke, J./Reinemann, Carsten. (2006): *Die Wahlkampfberichterstattung der Presse 2005 im Langzeitvergleich*. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 306–337.