

## TV-Duelle: Vehikel politischer Bildung oder plumper Quotenbringer?

Abstract für momentum 12 – Demokratie

Track 4 – Demokratie lernen!

Von<sup>1</sup>: Martina Lettner (Fachhochschule Kufstein; Studiengang für Marketing und Kommunikationsmanagement)

Dimitri Prandner (Universität Salzburg; Fachbereich für Kommunikationswissenschaft – Abteilung Journalistik)

„Weil es ohne in einer Mediendemokratie nicht geht“, begründet Renner 2007 die fast schon traditionelle Abhaltung von TV-Konfrontationen vor bundesweiten Wahlen in Österreich (2007: 120). Warum Medien als Vehikel politischer Bildung grundsätzlich wichtig seien, beantworten Trappel und Maniglio wenig später mit: „The mass media are the link between those who govern and those who are governed“ (2009: 169).

Dem TV, als dem am weitesten verbreiteten Medium in Österreich (vgl. Plasser 2010), kommt eine besondere Rolle als Mittler zwischen Politik und Souverän Volk zu: Um ihrem Ideal einer *self governing society* gerecht zu werden, bedarf es in einer Mediendemokratie eines „ausreichenden Maßes an informativer und argumentativer Öffentlichkeit“ (Meyer 2001: 9): Entscheidungen, die auf dem Willen von aufgeklärtem Volk basieren, sind demokratiepolitisch höherwertig und somit besser legitimiert (vgl. Habermas 1990). Der dafür benötigte Informationsstand kann in größeren Gemeinschaften, wie es Staatengebilde sind, nur über Massenmedien sichergestellt werden.

Mit dem Niedergang der intermediären Presseanbieter, allen voran der Parteienpresse (vgl. Udris/Lucht 2010: 17ff), dem technologischen Fortschritt und dem damit verbundenen geänderten Mediennutzungsverhalten erlangte das Medium TV für diesen gesamtgesellschaftlichen Informationsfluss immer größere Bedeutung (vgl. Plasser 2010).

Wahlen sind Höhepunkt jeder Demokratie, an welchem der Souverän Volk den Letztstand des Prozesses seiner politischen Willensbildung für den gegebenen Zeitpunkt via Stimmzettel festhält. Diesem Ritual vorgelagert ist der Wahlkampf, während dessen die politische Kommunikation, eine „Kernaufgabe der Demokratie“ (Machnig 2002: 146), von allen Akteuren des politischen Systems intensiviert wird: Parteien investieren verstärkt in Öffentlichkeitsarbeit, Medien berichten umfangreicher, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit wird auf Politik gelenkt, die über deren Zukunft zu entscheiden hat.

Die TV-Duelle sind laut Wählerbefragungen wichtiges Instrument bei dieser Entscheidungsfindung:

- Rund drei Viertel aller Interviewten der Wahltagsbefragung 2008, durchgeführt von SORA, hatten eigenen Angaben zufolge zumindest ein TV-Duell gesehen (n=1200).
- Laut Umfrage von Karmasin Motivforschung im September 2008 sind die TV-Duelle für 45% der Befragten eine der Hauptquellen für ihre Wahlentscheidung (n=400).

---

<sup>1</sup> Reihung der Autoren erfolgt auf Grundlage des Nachnamens. Beide VerfasserInnen haben zu gleichen Teilen zu diesem Artikel beigetragen.

Zeitgleich mit der Entwicklung hin zu einer Mediengesellschaft hatte auch eine zunehmende Orientierung der Gesellschaft an Unterhaltung eingesetzt (vgl. Dörner 2001), die Liessmann mit einer Verflachung des Wissens innerhalb der Gesellschaft gleichsetzt (vgl. 2006). Diese (Neu?)-Ausrichtung der Gesellschaft brachte in Verbindung mit der wachsenden Marktorientierung der Medien eine Adaptierung der Inhalte und deren Inszenierung in den Medien (vgl. Udris/Lucht 2010).

Ausgehend von Liessmanns „Theorie der Unbildung“ (2006) stellt sich nun die Frage, ob TV-Duelle ihrem Anspruch, als Vermittler politischer Inhalte zu mehr Aufklärung, politischer Bildung innerhalb der Gesellschaft und derart zu gelebter Demokratie beizutragen, gerecht werden (können). Vor allem da die Mediennutzung und die Vertrauensquoten in etablierte Massenmedien – auch öffentlich rechtlichen – seit den 1990er Jahren rapide sinken und es zu keiner Stabilisierung kommt (Plasser/Lengauer 2010)

- Welche Funktion haben TV-Duelle in der demokratischen Mediengesellschaft?
- Sind sie Vehikel politischer Kommunikation oder billig produzierte Quotenbringer?
- Können wir als Gesellschaft mittels TV-Duellen Demokratie lernen?
- Und was kann getan werden, damit sie Bürger (noch?) besser auf demokratische Partizipation vorbereiten?

Für den geplanten Beitrag sollen Daten zu den TV-Duellen 2006 und 2008 (erhoben im Rahmen der Dissertation „TV-Duelle“ (Lettner 2010)) mit den Ergebnissen einer quantitativen Befragung zu politischem Interesse und TV-Nutzung unter jungen, formal hochgebildeten OberösterreicherInnen (n=202; erhoben im Rahmen der Diplomarbeit „Die blinde Beobachterin?“ (Prandner 2010)) und mit eigens für diesen Beitrag durchgeführten Expertinneninterviews quergeschnitten werden.

## Literatur:

Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Erstmals erschienen 1962 als Habilitationsschrift. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

Lettner, Martina (2010): TV-Duelle: Vorspiel, Nachspiel, Mittendrin. Wien: Dissertation Universität Wien

Liessmann, Konrad P. (2006): Theorie der Unbildung. Die Irrtümer der Wissensgesellschaft. Wien: Paul Zsolnay Verlag

Machnig, Matthias (Hg.) (2002): Politik – Medien – Wähler. Wahlkampf im Medienzeitalter. Opladen: Leske + Budrich

Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Plasser, Fritz (Hg.) (2010): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas WUV Verlag

Plasser, Fritz / Lengauer Günther (2010): Die österreichische Medienarena: Besonderheiten des politischen Kommunikationssystems. In: Plasser, Fritz (Hg.) (2010): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. Wien: Facultas WUV Verlag

Prandner, Dimitri (2010): Die Blinde Beobachterin? ? Kommunikation zwischen ORF und Politik aus Sicht der Öffentlichkeit. Linz: Diplomarbeit Johannes Kepler Universität Linz

Renner, Franz (2007): Die Qual der Fernsehwahl. Wahlentscheidende Entscheidungshilfe oder Medienhype: Die TV-Debatten im Nationalratswahlkampf 2006. In: Hofer, Thomas/Toth, Barbara (Hg.) (2007): Wahl 2006 – Kanzler, Kampagnen, Kapriolen. Analysen zur Nationalratswahl. Wien: Lit Verlag

Trappel, Josef / Maniglio Tanja (2009): On media monitoring – the Media for Democracy Monitor (MDM). In: Communications 34 - The European Journal of Communication Research. Berlin: De Gruyter Mouton

Udris, Linards / Lucht, Jens (2010): Öffentliche Kommunikation im Umbruch? Wandel der Medienstrukturen und Medieninhalte in ländervergleichender und diachroner Perspektive. In: Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. relation. Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung relation N.F. Band 3. Wien. Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, 17-40