



**Ulrich Saxer:**  
*Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft.* Konstanz 2006: UVK-Verlag. 346 Seiten, 34,00 Euro



**Klaudia Wick:**  
*Ein Herz und eine Seele. Wie das Fernsehen Familie spielt.* Freiburg 2007: Herder Verlag. 189 Seiten, 9,90 Euro



**Jens Bergmann/  
Bernhard Pörksen:**  
*Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert.* Münster 2007: Solibro-Verlag. 344 Seiten, 34,80 Euro

## Politik als Unterhaltung

Die Erkenntnis ist nicht neu: Längst hat sich das „Politainment“ als Sprössling der „Mesalliance zwischen Medien- und Spaßgesellschaft“ (S. 9) im Fernsehen etabliert. Neu aber ist der Versuch, Politik als Unterhaltung wissenschaftlich zu erfassen. Ohnehin hat die Publizistikwissenschaft die Medienunterhaltung ja fast schon traditionell gemieden. Ulrich Saxer ist in dieser Hinsicht eine vorbildliche Ausnahme. Es ist daher kein Zufall, dass er sich dieser Aufgabe stellt. Die Bescheidenheit, mit der er sein immerhin knapp 350 Seiten starkes Werk als „Essay“ einstuft, der in erster Linie zum Weiterdenken anregen soll, ehrt ihn zwar, ist aber fehl am Platz: Die Erkenntnisse bieten weit mehr als bloß eine Grundlage. Als solche aber ist das Buch unentbehrlich. Das beginnt nicht erst mit der Definition des Begriffs „Unterhaltung“, sondern bereits vorher mit der Akzeptanz der Unterhaltung als menschliches Grundbedürfnis, als „anthropologisches Universale“ (S. 13). Demzufolge ist auch „Politainment“ unvermeidliche Begleiterscheinung der Mediendemokratie und die „Entertainisierung“ von Mediengesellschaft ein auf allen Ebenen spürbares „Totalphänomen“ (S. 289). Neben der Theorie liefert Saxer auch Praxisnähe: Eine solche Gesellschaft verlangt viel stärker nach „symbolischer Politik“ oder auch „Eventpolitik“ (S. 290), hat aber andererseits den Vorteil, dass auch bei schwach motivierten Publika Interesse an Politik geweckt werden kann.

## Ein Herz und eine Seele

Kürzlich hat Produzent Georg Feil Innenansichten zur Geschichte der deutschen Serie vorgelegt (*Fortsetzung folgt*, UVK). Nun folgt die Außenansicht: Klaudia Wick sorgt mit ihrem Buch *Ein Herz und eine Seele* für die perfekte Ergänzung. Allerdings beschränkt sie sich auf das Subgenre der Familienserie. Aus gutem Grund: Sie betrachtet die Geschichten von Sippschaften wie den Hesselbachs und den Drombuschs als Spiegel der Gesellschaft; als „Zauberspiegel“ zwar, aber eben doch als Reflexion. Trotzdem ist das Buch keine soziologische Abhandlung, sondern eine ebenso kurzweilige wie informative Reise durch die Geschichte der Bundesrepublik. In jedem der zwölf Kapitel analysiert die Fernsehkritikerin („Berliner Zeitung“, epd medien) eine oder mehrere Serien. Da sie gleichzeitig beschreibt, in welchem gesellschaftlichen Klima die Produktionen entstanden sind, kann sie auf diese Weise Wechselwirkungen herausarbeiten. Natürlich spielt dabei auch die Entwicklung des Mediums eine angemessene Rolle. Diese drei Ebenen – die Realität, das Medium, seine Inhalte – verwebt Wick so geschickt miteinander, dass im Kopf des Lesers ein einheitlicher Bilderfluss entsteht. Das wiederum funktioniert vor allem deshalb so gut, weil man stets spürt, wie sehr die Autorin das Fernsehen mag. Natürlich geht ihre Begeisterung nicht so weit, die Familienserien zu Meisterwerken zu stilisieren; aber ihre Haltung zur Unterhaltung ist vor allem angenehm unvoreingenommen.

## Medienmenschen

Was geschieht mit dem eigenen Ich, wenn man berühmt wird? Wird man ein anderer? Ist die private Angela Merkel die gleiche wie die Bundeskanzlerin aus dem Fernsehen? *Medienmenschen* haben Jens Bergmann und Bernhard Pörksen ihre Sammlung von Interviews mit prominenten Zeitgenossen genannt. Verona Pooth, Joschka Fischer oder Günter Netzer, so die Grundthese, wirkten nur scheinbar vertraut; in Wirklichkeit seien diese Medienfiguren „fiktive Persönlichkeiten“ (S. 7). Das Buch will hinter die Kulissen schauen, will herausfinden: Was machen die Prominenten mit den Medien – und umgekehrt? Wer inszeniert wen, wer ist Opfer, wer ist Täter? Auf dem Titelbild gelingt das schon einmal recht gut: Es zeigt Gerhard Schröder im Interview mit dem ARD-Journalisten Ulrich Dependorf. Die Köpfe sind allerdings kaum zu sehen, denn es kommt auf die Füße an: Schröder steht auf einem kleinen Podest. Ansonsten aber lässt sich das Mediengeschäft erfahrungsgemäß nur ungern in die Karten schauen. Deshalb erfährt man im Essay der Herausgeber viel mehr über die „Inszenierungsgesellschaft“ als in den meisten Interviews. Die Fragen wurden von Studierenden des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg gestellt. Doch so unterhaltsam die meisten der insgesamt 30 Gespräche auch sind: Echte neue Erkenntnisse darüber, wie die Mediengesellschaft funktioniert, geben auch Gregor Gysi oder Michel Friedman nicht preis.

Tilman P. Gangloff