

Krzysztof Przybyszewski

## Mediale Manipulationen im Kontext der Mediatisierung von Politik

### Einführung

Die Kommunikationsmitwelt wird von der medialen Übertragung dominiert. Im Verlauf der Jahrhunderte konnten sich Medien, besonders in demokratischen Systemen, eine einflussreiche Stellung „des Kontrolleurs und Reglers vom gesellschaftlich-politischen System“ erarbeiten.<sup>1</sup> Medien bezeichnet man metaphorisch als „vierte Macht“, deren Kraft darin besteht, dass sie Handlungen von anderen drei Mächten kontrollieren kann, insbesondere hinsichtlich der Tatsache, ob diese drei Mächte ihre Berechtigungen nicht missbrauchen und ob sie gemäß der Legitimation der Gesellschaft handeln. Die Rolle der unabhängigen Medien in der Demokratie wurde ziemlich klar bestimmt, und zwar dass sie Hüter der Freiheit und der Bürgerrechte, die eine Grundlage der demokratischen Gesellschaftsordnung bilden, sein sollen, also bildhaft gesagt: sie sollen „Watchdog“ sein. Neben ihrer Aufgabe, den Mächten auf die Finger zu schauen, haben sie es ferner zum Ziel, das Recht der Bürger auf Information umzusetzen.

So wird, in wenigen Worten, die Rolle der Medien im demokratischen System betrachtet. Seit einiger Zeit läuft ein Gedanke um, dass auch Medien nicht mehr imstande sind, sich der „Natur“ der Macht zu erwehren, und dadurch genügen sie nicht ihrer Rolle, mit der sie im demokratischen System beauftragt wurden. Es ist bemerkenswert, dass in der Natur jeder Macht eine Neigung enthalten ist, die

---

<sup>1</sup> W. Jabłoński, *Kreieren der Information. Media relations [Kreowanie informacji. Media relations]*, Warszawa 2006, S. 32–34.

Grenzen der Macht zu überschreiten, um immer nach mehr zu greifen, das heißt, dass es keine Macht gibt, die dazu nicht tendieren würde, ihre Möglichkeiten zu missbrauchen. Sehr interessant wurde es von Platon illustriert. Rufen wir uns kurz in Erinnerung die Art und Weise, wie Platon, mit Hilfe der Metapher „des Gyges-Ringes“, das Wesen der Gerechtigkeit analysiert. „Der Ring des Gyges“ war ein Ring, der einen Menschen unsichtbar machen konnte. Platon überlegt, wie wäre es, wenn den Ring ein gerechter und ein ungerechter Mensch besitzen würden, und beide wären dabei in ihrer Natur vollkommen. In der Philosophie Platons sollte ein gerechter Mensch so gerecht sein, wie es nur möglich wäre. Deshalb beraubt ihn auch Platon seines guten Rufes, weil wenn er diesen behalten würde, wüsste man dann nicht, ob er gerecht in Hinblick auf die Gerechtigkeit selbst, oder in Hinblick auf Ehre, Güter, Ansehen, die einem guten Ruf folgen, wäre. Er sollte von allen für einen ungerechten Mensch gehalten werden, aber gleichzeitig gerecht sein. Platon überlegte, ob so ein Mensch in seiner Gerechtigkeit aushalten würde, wenn er durch andere missverstanden, gedemütigt und bedrückt würde. Ähnlich wie der gerechte Mensch sollte der ungerechte Mensch so ungerecht, wie es nur möglich wäre, sein. Also im Gegensatz zum gerechten Menschen sollte er für einen gerechten Mensch gehalten werden, in Wirklichkeit aber ungerecht sein. Platon schließt seine Betrachtungen mit dem Gedanken, dass gerade der ungerechte, und nicht der gerechte Mensch in seinem Leben glücklicher wäre. Und wenn wir uns alle ein glückliches Leben wünschen, dann sind wir alle von Natur aus ungerecht, weil die Gerechtigkeit kein Gut für Individuum, sondern ein Gut für die Allgemeinheit ist. Platon meint, dass dort, wo ein Einzelwesen davon überzeugt ist, dass es unbestraft eine Schandtät begehen kann, dann wird es sie begehen. Nur die Furcht vor anderen Menschen, vor ihrer Beurteilung, kann es von seiner Schandtät zurückhalten. Der Ring des Gyges symbolisiert in dieser Metapher die Macht – wer nach Platon die Macht hat, der wird sich bemühen, von der Macht ehrlos Gebrauch zu machen, die anderen für die eigenen Interessen zu manipulieren, sofern er keiner gesellschaftlichen Kontrolle unterliegen wird.

80 |

Medien haben zweifellos „die Kraft des Gyges-Ringes“ bemerkt, weil sie die Wirklichkeit beeinflussen, kreieren und bilden. Sie beginnen zu entscheiden, was gut und was schlecht ist, was gerecht und was ungerecht ist, wer schuldig und wer unschuldig ist, und wie er zu bestrafen ist etc. Es ist ferner nicht zu erkennen, wer sie in demokratischen Systemen kontrollieren sollte, weil man sofort „Alarm schlagen“ würde, dass ihre Freiheit und damit auch die Freiheit der Bürger verletzt wird. Die Freiheit der Bürger wurde aber schon erschüttert, denn die Medien sind nicht mehr „die vierte Macht“, sondern sie werden- falls sie es noch nicht geworden sind, zur „ersten Macht“. Das Problem besteht darin, dass es unklar ist, welches Subjekt über Medien als „erste Macht“ verfügt, denn Medien werden manchmal

einfach von anderen Subjekten benutzt, um erfolgreich eigene Macht zu realisieren, und dann ist das Subjekt, das sich die Macht zur Entscheidung über Gutes und Schlechtes usurpiert, „versteckt“. Aber immer häufiger beginnen die Massenmedien auch als ein wirkliches, an der Macht bleibendes Subjekt zu funktionieren, nicht unbedingt durch Kontrolle, sondern durch den Einfluss und die Vorentscheidung darüber, was etwas ins Recht eingeführt werden sollte und was nicht, denn das Recht gilt in großem Ausmaß als Regler unseres Alltagslebens.

## 1. Wesen der Manipulation im Kommunikationsprozess

Viele Kommunikationsprozesse verlaufen mit Hilfe der Manipulation. Es geschieht besonders in der Situation, wenn man Andere zu eigenen Meinungen oder Ideen überzeugen will. Eigentlich könnte die These gestellt werden, dass die Manipulation als solche einen festen Bestandteil des Kommunikationsprozesses bildet, dass sie ihm immanent ist.<sup>2</sup> Die Manipulation ist zweifellos eine günstige Technik, um ein angestrebtes Ziel zu erreichen, in Hinblick auf schnelle Beeinflussung und Einwirkung auf Menschen. Ein Sender, der sich der Manipulation im Kommunikationsprozess bedient, strebt aber danach, dass seine Mitteilung gestört wird. Der Sender bemüht sich mit Hilfe der Manipulation, eigene Absichten zu verhüllen, damit das manipulierte Objekt nicht imstande ist, seine wahren Absichten und Ziele abzulesen.<sup>3</sup> Der Manipulierende versucht, bei dem Manipulierten die Änderung seiner Tätigkeiten nach eigenen Intentionen, Bedürfnissen und Interessen hervorzurufen. Den Manipulierenden soll die intentionelle Zweckmäßigkeit auszeichnen, er sollte davon überzeugt sein, dass er entsprechende Kenntnisse und Fähigkeiten besitzt, er sollte daran glauben, dass er tückischer und listiger als der Manipulierte ist. Die Manipulation ist ein Streben danach, eine Person oder eine Gruppe, die der Manipulation unterliegt, zu objektivieren.<sup>4</sup> Das bedeutet aber nicht, dass ein Objekt, das der Manipulation unterliegt, nicht mehr ein Subjekt ist. Das bedeutet lediglich, dass es sich in konkreter Situation seiner Subjektivität nicht bedienen konnte oder es zeitlich nicht geschafft hat und es wurde objektiviert, es wurde als jemandes Werkzeug oder als ein passives Subjekt der fremden Entscheidungen und Tätigkeiten betrachtet, die über eine

<sup>2</sup> Vgl. M. Graszewicz, *Kommunikation, Manipulation, Bildung* [Komunikacja, manipulacja, edukacja], in: *Manipulation – Medien – Bildung*. [Manipulacja – media – edukacja] herausgegeben von B. Siemieniecki, Toruń 2007, S. 287.

<sup>3</sup> M. Karwat, *Theorie der Provokation* [Teoria prowokacji], Warszawa 2007, S. 54.

<sup>4</sup> Vgl. W. Furman, *Journalistik und PR als zwei Typen des Kommunizierens* [Dziennikarstwo i PR jako dwa typy komunikowania], Rzeszów 2006, S. 46.

Sache voreilig urteilen.<sup>5</sup> Das Vorkommen der Manipulation führt zur Situation, in der die Beteiligten der gesellschaftlichen Kommunikation trotz ihrer Subjektivität, im Rahmen der einzelnen Tätigkeiten nicht gleich sind, und zwar angesichts dessen, dass die Manipulierenden über größere Ressourcen verfügen.

Eine Medienmanipulation wird als gezieltes und bewusstes Handeln des Senders definiert, wobei hier sowohl Massenmedien, als auch Subjekte, die sie kontrollieren können. Im zweiten Fall sind die Massenmedien nur ein Kettenglied in der Datenübertragung, in der als „erstes Initialisierendes“ andere Subjekte gelten.<sup>6</sup> In diesem Kontext lässt sich sagen, dass die Medienmanipulation einen dualen Charakter – den innerlichen und äußerlichen – haben kann. Der innerliche Charakter der Medienmanipulation kommt dann vor, wenn sich die Medien selbst bemühen, ihre Empfänger zu manipulieren. Der äußerliche Charakter der Medienmanipulation kommt dann vor, wenn Medien dafür benutzt werden, um Empfänger mit einem manipulierten Bericht zu erreichen, ohne intentionelle manipulierende Tätigkeit der Medien selbst.

## 2. Innerliche Medienmanipulation

Die Medien fühlen sich in ihrer Tätigkeit ungestraft, weil heutige Berichtserstattung sehr fern von der ehrlichen Informationsübertragung liegt. Journalisten machen nur den Eindruck, dass sie Journalisten sind, in Wirklichkeit sind sie jedoch eher „Showmen“, die sich bemühen, ihren Empfängern mehr Unterhaltung als Informationen zu liefern, und dabei Letztere in eine Ware zu verwandeln. Die zu liefernde Ware erhält den „Mantel“ eines fundierten Wissens. Dafür wird eine Selektion vorgenommen und die Reihenfolge der nacheinander darzustellenden Ereignisse bestimmt, um dadurch eine Hierarchie der Relevanz medialer Übertragungen zu schaffen. Obwohl sie die Meinungen der Empfänger nicht unmittelbar determinieren, beeinflussen sie zweifellos die Richtung ihres Denkens. Die Medien bedienen sich vor allem zweier Techniken der Empfängerbeeinflussung. Die erste Technik wird als „Vorrangeffekt“, die zweite als „Frischeeffekt“ bezeichnet. Der „Vorrangeffekt“ besteht darin, dass am Anfang Themen präsentiert werden, die von Empfängern als besonders wichtige länger behalten werden sollen. Weniger wichtige Themen, die jedoch bedeutend sind, um einen bestimmten Eindruck hervorzurufen, werden am Ende präsentiert.

<sup>5</sup> M. Karwat, op. cit., S. 63.

<sup>6</sup> A. Sekelecka, *Politik-Medien – mediale Manipulation, Ein Fall von Polen nach Jahr 1989* [Polityka-media – manipulacja medialna, Przypadek Polski po 1989 roku], Toruń 2011, S. 43.

Es ist mit der psychologischen Einstellung eines Empfängers verbunden, weil man glaubt, dass die Konzentration im Laufe der Zeit sinkt, jedoch am Ende wieder aktiviert wird, daher spricht man hier auch von einem „Frischeeffekt“. In der Fachliteratur wird das Verfahren, das mit voller Prämeditation beide Effekte nutzt, als „*agenda setting*“ bezeichnet. Das Wesen dieses Verfahrens zerstört den Mythos der Objektivität der Berichterstattung. Redakteure, die eine Tagesordnung bestimmen und eine Selektion von Informationen vornehmen, die veröffentlicht werden oder auch nicht, und dabei noch die Reihenfolge ihrer Darstellung bestimmen, können das keineswegs objektiv tun, weil sie ihren eigenen „Habitus“ haben, der darüber entscheidet, was wichtig und was unwichtig ist. Die von ihnen durchgeführte Selektion vom Informationsmaterial basiert auf ihrer eigenen Weltanschauung und der subjektiven Betrachtung der Wirklichkeit, in der sie leben.<sup>7</sup> Die Auswahl von Informationen wird auch zweifellos von der Programmrichtung des jeweiligen Mediums beeinflusst, hinter dem sich am häufigsten ein Verlag oder der Eigentümer des Mediums versteckt, sowie viele Interessengruppen, die sie repräsentieren.

Beachtenswert ist dabei, dass der Prozess der medialen Kommunikation mit Hilfe von „*agenda setting*“ bei den Empfängern bestimmte Meinungen zu relevanten Fragen hervorrufen soll. Zu diesem Zweck wird auch, neben dem Einsatz der schon hier genannten Techniken der Manipulation, mit der Zeit manipuliert, die einem Ereignis gewidmet wird. Je mehr Zeit einem Ereignis gewidmet wird, desto mehr wird das Ereignis zu einem, das nicht nur beachtenswert ist, sondern auch zu einem, dem man unbedingt die Aufmerksamkeit schenken soll. Die Medien verwandeln auf diese Weise eine Information in eine von sich selbst hergestellte und verpackte Ware, die mehrmals mit nur geringen Änderungen verkauft werden kann. Zu diesem Zweck werden unterschiedliche Experten eingeladen, die ein bestimmtes Ereignis kommentieren sollen. Das Problem besteht darin, dass sie keine richtigen Experten sind. Politologische, psychologische und soziologische wissenschaftliche Gesellschaften in Polen haben einen Appell an Leute, die in Medien erscheinen, gerichtet, dass sie im Rahmen ihrer Kompetenzen sprechen sollen, wenn sie eine wissenschaftliche Affiliation der Abteilung, in der sie beschäftigt sind, verwenden. Der Appell hat es zum Ziel, das Gleichgewicht wiederherzustellen – damit eine Information wieder eine Information und keine Ware ist. Experten, die von den Medien zum Kommentieren bestimmter Ereignisse eingeladen werden, sind meistens ständige Medienbesucher aus der Welt der Wissenschaft. Es sind Menschen, die einfach im jeweiligem Moment zugänglich sind. Es kommt

---

<sup>7</sup> T. Goban-Klas, *Medien und Massenkommunizieren* [*Media i komunikowanie masowe*], Warszawa-Kraków 2002, S. 180.

zu Beispiel Situationen, wo ein Politologe, der sich auf Politiktheorie spezialisiert, sich über den psychologischen Zustand eines Politikers äußert, während ein Psychologe, der ein Spezialist für Kinderentwicklung ist, über Gestaltung des Erscheinungsbildes einer Partei spricht. Solche Manipulationen tragen zur Verwandlung der öffentlichen Sphäre in einen „Info-Unterhaltungs-Tele-Sektor“ bei.<sup>8</sup> Es ist erneut zu betonen, dass Ereignisse zur Ware werden, die zum Verkaufen produziert wird. Wie T. Goban – Klas feststellt, zielen die Medien in Richtung Tabloidisierung und Infotainment, was impliziert, dass Ereignisse so geordnet und dargestellt werden müssen, dass sie für außergewöhnlich und erstaunlich gehalten werden und die Aufmerksamkeit eines launischen und programmwählerischen Empfängers fesseln können.<sup>9</sup> Ihre Richtigkeit und Wichtigkeit sind von sekundärer Bedeutung. Medien suchen nach solchen Informationen, die über Schauspielelemente verfügen oder als solche dargestellt werden können, da sie als Unterhaltung dienen sollen, damit sie überhaupt verkauft werden können. Am besten wäre, wenn „die Informationsunterhaltung“ einen sensationellen, skandalösen Charakter mit dramatischer Aussage hätte.

In diesem Kontext präsentieren sich Medien als eine gesellschaftliche Übermacht.<sup>10</sup> Sie sind kein neutraler Vermittler in der Kommunikation, sie sind ein Subjekt, das seine eigenen Aufgaben realisiert, also sie lassen sich von ihrer eigenen Logik und von ihren eigenen Interessen leiten. Medien betrachten den Bürger als Kunden, sie bemühen sich „eine Einwilligung zu fabrizieren“, d.h. eine Grenze zu bestimmen, was sprachlich zulässig und möglich ist. Sie wollen, dank der neuen Techniken von Propaganda, eine Erlaubnis der Gesellschaft dafür einholen, was früher die Gesellschaft nicht akzeptieren wollte.<sup>11</sup> Medien „fabrizieren eine Einwilligung“, indem sie systematisch oberflächlich und parteiisch Ereignisse präsentieren und dadurch „eine politische Abweichung“ (*political bias*) in vier Formen bilden.<sup>12</sup>

In erster Form verwenden sie die sog. „parteiische Abweichung“ (*partisan bias*), die darin besteht, dass Medien eine politische Option unterstützen, ihre Tätigkeit begünstigen und für sie durch *Agenda setting* die Öffentlichkeit gewin-

<sup>8</sup> B. Barber, *Dschihad gegen McWorld [Dżihad kontra McŚwiat]*, Warszawa 2000, S. 43.

<sup>9</sup> Vgl. T. Goban-Klas, *Verderben die Massenmedien die Demokratie? [Czy wolne media psują demokrację?]*, in: „*Demokratischer Wandel der polnischen Medien in Jahren 1989–2009 [Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989–2009]*“, unter Redaktion K. Wolny-Zamorzyński, W. Furman, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa, Toruń, 2010.

<sup>10</sup> *Ibidem*, S. 63.

<sup>11</sup> N. Chomsky, *Profit over people. Neoliberalismus und globale Weltordnung [Zysk ponad ludzi. Neoliberalizm a ład globalny]*, Wrocław 2000, S. 37.

<sup>12</sup> J. Streeet, *Massenmedien, Politik, Demokratie [Mass media, polityka, demokracja]*, Kraków 2006.

nen. In dieser parteiischen Abweichung wird oft die Technik des Verschweigens von beschwerlichen Informationen genutzt – es kommt auch dazu, dass solche Informationen absichtlich zu spät veröffentlicht werden. Solche Strategie ist für Medien sehr bequem, weil sie bewusst ihre Empfänger desorientieren, ohne dass man ihnen direkt beweisen kann, dass sie keine Wahrheit sagen.

Zweite Form besteht in der „Propaganda-Abweichung“ (*propaganda bias*), die nichts anderes ist als eine absichtliche, bewusste Präsentation von Tatsachen und Ereignissen, in der eine politische Option (Partei) positiv oder eine andere negativ dargestellt wird, ohne dass Medien ihren klaren Standpunkt zeigen. Bei der dazu verwendeten Manipulationstechnik wird bestimmten Subjekten der Medienzugang gesperrt, damit sie sich nicht präsentieren und gefördert werden können. Das hat zur Folge, dass die Öffentlichkeit keine Ahnung von der wirklichen politischen Bühne hat. Sehr oft werden auch unterschiedliche Meinungsumfragen mit entsprechendem „versteckten“ Kommentar benutzt, der suggerieren soll, dass eigentlich „Zahlen für sich selbst sprechen“. Diese Technik benutzt man, wenn Zahlen die dargestellten Meinungen authentifizieren sollen. Manchmal führen Medien ihre Meinungsforschungen auf kleinen Proben durch und beachten dabei keine grundlegenden Forschungsgrundsätze, um ein befriedigendes Ergebnis zu erzielen.<sup>13</sup> Dann spricht man über Konstruktion „medialer Tatsachen“.

Als nächste Form gilt die „unbeabsichtigte Abweichung“ (*unwitting bias*), die mit einer unrichtigen Auswahl von Fakten und Ereignissen verbunden ist, was aus der Notwendigkeit, die Wirklichkeit möglichst kurz darzustellen, resultiert. Das hat zur Folge, dass einige von Fakten und Ereignissen im politischen Sinne wichtiger werden, und andere überhaupt unbeachtet werden. Die unrichtige Auswahl von Fakten und Ereignissen kann darauf zurückgeführt werden, dass Medien die Meinungen der Mehrheit von einer Gesellschaft präsentieren und die Perspektive der Minderheit wird dabei marginalisiert oder eliminiert. Es kommt dann zur Verzerrung der Information. Die gesellschaftliche Wirklichkeit wird dann fragmentarisch dargestellt, was zur Folge hat, dass die Interpretation der Wirklichkeit durch Empfänger anders ist, als wenn die Meinungen der Minderheit zu der jeweiligen Frage berücksichtigt würden.

Die letzte Abweichung wird als „ideologische Abweichung“ (*ideological bias*) bezeichnet und besteht darin, dass die von einem Medium vertretenen Normen und Werte eine Grundlage für die dargestellten Fakten und Ereignisse bilden, wobei sie weder artikuliert noch offenbart werden, so dass präsentierte Fakten und Ereignisse als typisch und ziemlich gewöhnlich dargestellt werden. Die Auswahl von Kommentatoren und Experten ist die häufigste Technik, die bei der ideolo-

---

<sup>13</sup> A. Sekelecka, op. cit., S. 51.

gischen Abweichung eingesetzt wird. Auf diese Weise wird die von den Medien „geheim“ geförderte Meinung als die richtige vorgezogen. Die vorgenommene Auswahl von Kommentatoren und Experten muss gar nicht bedeuten, dass ideologischen Gegnern der Zugang gesperrt wird, so dass sie ihre Thesen nicht aussprechen können. Solche Selektion kann eine Auswahl von bestimmten Personen in Hinblick auf ihre Ausdrucksweise, Charisma, Glaubwürdigkeit bedeuten. Die Kommentatoren und Experten werden entsprechend ausgewählt, um die Chance auf Vernichtung des ideologischen Gegners in der Diskussion zu vergrößern. Eine andere Weise der Umsetzung von der ideologischen Abweichung ist die Darstellung eines Ereignisses in einem anderen Kontext als der, in dem es wirklich aufgetreten ist. Dieser Prozess erinnert ein bisschen an den Witz, der in juristischen Kreisen funktioniert: „Ein Richter fragt den Angeklagten: Beantworten Sie bitte diese Frage nur mit einem Wort: ja oder nein. Haben Sie aufgehört, Ihre Ehefrau zu betrügen?“ Wie man sieht, wird durch die Notwendigkeit, die Frage nur mit einem Wort „ja“ oder „nein“ zu beantworten, keine Möglichkeit eingeräumt, dem Betrug zu widersprechen.. Eine Bejahung bzw. Verneinung entscheiden in diesem Kontext darüber, dass es in der Ehe zum Betrug kam. Durch den Einsatz ideologischer Abweichung verstärken die Medien ihre Übertragung, in dem sie auf die Emotionalität ihrer Empfänger abzielen. Die dabei verwendeten kontroversen Bezeichnungen haben es zum Ziel, sich für lange Zeit ins Gedächtnis der Empfänger einzuprägen.

Immer häufiger werden von den Medien verschiedene Formen der Manipulation als wesentliche Werkzeuge des politischen Einflusses genutzt, wodurch Politik zum Raum der kommerziellen Unterhaltung wird.

### 3. Äußerliche Medienmanipulation

86 |

Die Medienmanipulationen kommen auch dann vor, wenn Medien kein unmittelbaren Täter sind, sondern die Manipulation dank ihrer Vermittlung erfolgt. Die Welt der Politik ist sich wohl dessen bewusst, über welche Macht die heutigen Medien verfügen. Deshalb bemüht sie sich, listiger als Medien zu sein, weil Medien im großen Teil ihr Dasein dem verdanken, was und wie in der Welt der Politik geschieht. Das bedeutet, dass sich die Politiker eines „Agenda setting“ – Daseins bewusst sind und wollen es entsprechend beeinflussen. Sie bilden eigentlich ihr eigenes „Agenda setting“, auch durch Konstruktion von eigenen „medialen Fakten“, die den Medien in verschiedener Form und mit Hilfe von verschiedenen Manipulationstechniken geliefert werden. Die Welt der Politik erzeugt die sog. „Pseudoereignisse“, die sich durch geringe Verbindung mit der Wirklichkeit aus-



zeichnen; sie sind nicht authentisch, weil sie quasi auf Abruf erzeugt werden. Ein Beispiel für solche „Pseudoereignisse“ ist die Veranstaltung von Pressekonferenzen, zu denen alle Medien eingeladen werden. Während der Konferenz werden dann, statt wesentlicher Informationen, die Ergebnisse der Meinungsumfragen dargestellt, die im Auftrag einer bestimmten politischen Option durchgeführt wurden, um ihren politischen Gegner „in ein schlechtes Licht zu rücken“. Es werden unwahre Informationen dargestellt, die in einem gewissen Umfang glaubwürdig, jedoch schwer zu verifizieren sind. Das Hauptbestreben der Manipulierenden ist es, die produzierte „mediale Tatsache“ zum medialen Ereignis mit der „News“-Stellung werden zu lassen.<sup>14</sup>

Die Medien sind auch an diesen produzierten „News“ interessiert, weil sie die Routine der täglichen Übertragungen unterbrechen. Sie werden meistens live übertragen, um bei breiteren Empfängerkreisen ein Aufsehen zu erregen, was sie mehr wahrscheinlich macht. Am häufigsten werden sie durch Regierungsmitglieder, Parteien oder andere öffentliche Institutionen organisiert, wodurch sie ihre Glaubwürdigkeit gewinnen. Es ist einfach zu erkennen, dass die Art und Weise, wie sie erzeugt werden, das Ziel verfolgt, möglichst stark die Aufmerksamkeit der Nachrichtempfänger zu fesseln.

Die Produktion von diesen „News“, bei der die Ereignisse künstlich geschaffen werden, kann auch mit Hilfe von verschiedenen Manipulationstechniken realisiert werden und wird nicht lediglich auf Organisation von Pressekonferenzen beschränkt. Eine von ihnen ist die Anwendung von Provokation. Sie kommt dann vor, wenn die Ereignisse und menschliches Verhalten, gemäß bestimmten Intentionen oder Interessen, die mit denen der manipulierten Einheit oder Gruppe nicht übereinstimmen, künstlich hervorgerufen werden.<sup>15</sup> Somit werden Ereignisse auf der Grundlage von Emotionen kreiert, die es überhaupt nicht gäbe, wenn man den Gegner nicht diskreditieren wollte. Als Beispiel für diese Art der Manipulation gelten die sog. „Tonbänder der Parlamentsabgeordneten der Samoobrona-Partei – Renata Beger“, die im September 2006 in ihrem Hotelzimmer ein Gespräch mit dem Abgeordneten der PIS-Partei – Adam Lipiński (damals war er Staatssekretär in der Kanzlei vom Ministerpräsidenten Jarosław Kaczyński) durchgeführt hat. In dem aufgenommenen Gespräch habe die Abgeordnete für ihren Übergang ins Regierungslager die Stellung der Staatssekretärin im Landwirtschaftsministerium verlangt. Lipiński sagte auch u.a., dass jemand mit ihr Kontakt aufnehmen werde, um sich mit ihren gerichtlichen Verfahren, die die Fälschung der Samoobrona-Befürwortungslisten bei der Parlamentswahl 2001 zum Gegenstand haben, zu

---

<sup>14</sup> Ibidem, S. 59.

<sup>15</sup> Ibidem, S. 60.

beschäftigen. Zu dem Fall der Einlösung von Wechseln in der Gesamthöhe von 552 Tausend PLN, die von den Abgeordneten der Samoobrona-Partei für die Nutzung vom Samoobrona-Logo unterschrieben wurden, stellte Adam Lipiński fest, dass es „theoretisch möglich wäre, das Parlament mit diesen Beträgen zu belasten“. Die von der Abgeordneten Renata Beger durchgeführte Provokation, wurde zum „Supernews“, das in damaliger Zeit die Regierungsequipe sehr ernstlich erschüttert hat. Diese Provokation gilt als instrumentales Diskreditieren des Gegners,<sup>16</sup> weil die Abgeordnete Renata Beger das Ziel verfolgte, die Glaubwürdigkeit vom PIS-Abgeordneten in Frage zu stellen. Die Provokation wurde von Journalisten eines polnischen Fernsehsenders vorbereitet, was in journalistischen Kreisen als Verletzung der journalistischen Ethik bezeichnet wurde, weil dabei in Absprache mit einer Partei des zwischenparteilichen Konflikts gehandelt wurde. Bei den Medienkennern wurden jedoch Stimmen laut, dass es zur Verletzung der journalistischen Ethik gar nicht gekommen sei, weil die an der Provokation beteiligten Personen, de facto nicht als Journalisten, sondern als mediale Berater gehandelt haben, die lediglich um die Qualität der zu liefernden Ware besorgt sind.<sup>17</sup>

Eine andere Manipulationstechnik, bei der „mediale Fakten“ kreiert werden, ist die Situation, in der den Medien zu einem bestimmten Zeitpunkt eine interessante, sensationelle Information zugeschoben wird, um die Aufmerksamkeit der Empfänger von einem anderen, gerade diskutiertem Thema abzulenken. Diese Manipulationstechnik nennt man „Abdeckung“ und sie kommt dann vor, wenn man wesentliche Angelegenheiten der Öffentlichkeit zu verheimlichen versucht. Diese Situation kommt am häufigsten dann vor, wenn eine Regierung Reformen umsetzen oder wesentliche Entscheidungen treffen will, die ihrer Meinung nach von der Gesellschaft nicht befürwortet werden oder auf eindeutigen Widerspruch beim größeren Teil der Gesellschaft stoßen würden. Die für Regierungskreise tätigen Public Relations-Profis bemühen sich solch eine „mediale Tatsache“ zu schaffen, um die Aufmerksamkeit der Empfänger von dem, was die Regierung durchzusetzen versucht, und was ohne großes Aufsehen erfolgen sollte, erfolgreich abzulenken. Die Manipulation mit der „Bedeckungstechnik“ erfolgt mit Hilfe vom kontrollierten Durchsickern der Informationen. Den Medien geliefertes Material wird als geheim oder streng geheim bezeichnet, was schon selbst für Medien als Anreiz gilt, um es als „News“ zu gewinnen. Die Journalisten, die nach „News“ jagen und sehr selten darüber nachdenken, welcher Sache dieses Durchsickern dienen sollte, werden Politiksubjekten instrumentalisiert, die für das kontrollierte Durchsickern verantwortlich sind.

<sup>16</sup> Vgl. M. Karwat, *Manipulationskunst [Sztuka manipulacji]*, Toruń 1999, S. 119.

<sup>17</sup> M. Karwat, *Theorie der Provokation [Teoria prowokacji]*, Warszawa 2007, S. 267.

#### 4. Fazit

Allgemeine Verwendung medialer Manipulation durch verschiedene Subjekte trägt dazu bei, dass der Unterschied zwischen dem Wirklichen und dem Imaginären immer schwieriger zu erkennen wird. Die gegenwärtige Politik, die zusammen mit den Medien so oft verschiedene Formen der medialen Manipulation ausnutzt, bezieht sich nicht mehr auf die reale, sondern eher auf die simulierte Wirklichkeit. Das Schaffen von „medialen Fakten“ wurde zur Wirklichkeit. Es gibt immer weniger von der außermedialen Wirklichkeit, man kann nach Jürgen Habermas sagen, dass mediale Wirklichkeit die reale Wirklichkeit kolonisiert. Wie Jean Baudrillard richtig bemerkte, leben wir heute jenseits des Sinnes, weil „von den Medien sowohl der Sinn, als auch die Sinnlosigkeit vertrieben werden, sie manipulieren in allen möglichen Sinnen, ohne dass diese Prozesse von jemandem kontrolliert werden, sie sind Träger der Simulation, die eine immanente Eigenschaft eines Systems bleibt und gleichzeitig der Simulation, die dem System zum Verhängnis wird...“<sup>18</sup> Daher ist es kaum verwunderlich, dass Politik im traditionellen Sinne, also der Kampf darum, wie die Vorstellung vom Gemeinwohl allgemein begriffen wird und wie es umzusetzen und zu verwirklichen ist, immer weniger betrieben wird; es gibt dagegen immer mehr von medialen Spielen auf verschiedenen Bezugsebenen. In diesem Zusammenhang spricht man, dass die Ära der „Postpolitik“ gekommen ist. Somit verschwindet die Fähigkeit, politische Debatten zu führen und Gegner und Öffentlichkeit für Sachen zu überzeugen, die für die Gesellschaft relevant sind; es wurde aufgegeben im Namen der Jagd danach, wer wen schneller manipuliert. An deren Stelle wird die Mediatisierung der Politik eingeführt, also eine Verbindung von sachlichen und Unterhaltungselementen, was dazu führt, dass Politik zum *Infotainment* wird. Manchmal lässt sich beobachten, dass Medien von der Politikwelt erwarten, dass ein politischer Streit eine solche Form annimmt. Kaum verwunderlich, dass Janusz Palikot ins Fernsehstudio einmal eine Penisattrappe, zum anderen Mal einen Schweinkopf mitbringt. Das ist eine offenkundige Erscheinung der „Postpolitik“, bei der neue politische Rhetorik benutzt wird, die mehr nach einem Bild, einer Metapher und Erregung ausgerichtet ist, als nach einer rationellen Argumentation.<sup>19</sup> Die Welt der Politik und die Medienwelt kommen so nah aneinander, dass sie langsam zur Symbiose werden, in der die Authentizität der politischen Wirklichkeit verloren geht.

<sup>18</sup> J. Baudrillard, *Von der Verführung [O uwodzeniu]*, Warszawa 2005, S. 55–56.

<sup>19</sup> B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniowski, *Theorie des öffentlichen und politischen Kommunizierens*. Einführung, Warszawa 2001, S. 131.

## Bibliographie

- Baudrillard J., *Von der Verführung [O uwodzeniu]*, Warszawa 2005.
- Barber B., *Dschihad gegen McWorld [Dżihad kontra McŚwiat]*, Warszawa 2000.
- Chomsky N., *Profit over people. Neoliberalismus und globale Weltordnung [Zysk ponad ludzi. Neoliberalizm a ład globalny]*, Wrocław 2000.
- „*Demokratischer Wandel der polnischen Medien in Jahren 1989 – 2009 [Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989–2009]*”, unter Redaktion K. Wolny-Zamorzyński, W. Furman, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa, Toruń, 2010.
- Dobek-Ostrowska B., Wiszniowski R., *Theorie des öffentlichen und politischen Kommunizierens. Einführung [Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie]*, Warszawa 2001
- W. Furman, *Journalistik und PR als zwei Typen des Kommunizierens [Dziennikarstwo i PR jako dwa typy komunikowania]*, Rzeszów 2006.
- Goban-Klas T., *Medien und Massenkommunizieren [Media i komunikowanie masowe]*, Warszawa-Kraków 2002.
- Jabłoński W., *Kreieren der Information. Media relations [Kreowanie informacji. Media relations]*, Warszawa 2006.
- Karwat M., *Manipulationskunst [Sztuka manipulacji]*, Toruń 1999.
- Karwat M., *Theorie der Provokation [Teoria prowokacji]*, Warszawa 2007.
- Manipulation – Medien – Bildung [Manipulacja – media – edukacja]*, unter Redaktion von B. Siemieniecki, Toruń 2007.
- Sekelecka A., *Politik – Medien – mediale Manipulation, Der Fall Polens nach 1989 [Polityka-media – manipulacja medialna, Przypadek Polski po 1989 roku]*, Toruń 2011.
- Street J., *Massenmedien, Politik, Demokratie [Mass media, polityka, demokracja]*, Kraków 2006.

Krzystof Przybyszewski

### Mediale Manipulationen im Kontext der Mediatisierung von Politik

90 |

**Schlüsselwörter:** mediale Manipulation, Postpolitik, Mediatisierung der Politik, gesellschaftliche Kommunikation

**Kurzfassung:** Der Artikel stellt das Problem der medialen Manipulation im Kontext der Gestaltung von öffentlicher Meinung dar. Als Leitgedanke des Artikels gilt die Überzeugung, dass Politik im traditionellen Sinn, verstanden als Kampf um die Vision eines besseren Lebens, immer mehr abstirbt. Die gegenwärtige Politik kann ohne Medien nicht auskommen, genauso wie die Medien ohne Politik. Die gegenseitige Abhängigkeit hat es zur Folge, dass man mit der „Mediatisierung der Politik“ zu tun hat. Es geht also nicht darum, die Bürger ehrlich zu informieren, sondern darum, sie effizient zu manipulieren.