

KLAUS BODEL

POLITISCHE RHETORIK ODER RHETORISCHE POLITIK

Aspekte der (Un-) Glaubwürdigkeit politischer Kommunikation

Worthülsen

In deutschen Parlamenten wird mit Sprachhülsen, Wort-Versatzstücken und Sprachklischees geredet. Gibt es einen Zwang zu rhetorischen Leerformeln oder handelt es sich um eine sprachliche Unsitte im politischen Getriebe?

Rationalität

Politische Kommunikation scheint mehr von Emotionen und Suggestionen geprägt zu sein als von Rationalität und Aufklärung.

Sprache der Politik

Sprache und sprechsprachliche Kommunikation gelten als wichtiges Mittel der Politiker. Was die politische Profession angeht, so ist sie vor allem durch den Umgang mit dem geschriebenen, gelesenen, gehörten oder gesprochenen Wort gekennzeichnet. Daraus entsteht eine Sprache, die von Politikern verwendet, von Journalisten übernommen, von Public Relations-Managern teilweise vorgeprägt und vom Parteivolk nachgeredet wird.

Sprach-Codes

Die Sprache der Politik findet ihren Ausdruck vor allem in Formeln und Kürzeln. Die politische Sprachkultur in diesem Land ist geprägt von juristischen und bürokratischen Sprachgewohnheiten. Diese Aufspaltung der Sprache scheint in zunehmendem Maße die Bevölkerung von den Sprachcodes moderner Politikvermittlung auszuschließen.

Sprache - Politik

Demokratie bedarf einer Sprache und damit auch einer politischen

Rhetorik, die von allen Bürgern verstanden wird.

"Politik ist ohne Sprache nicht denkbar, wobei Sprache stets auch als Instrument des politischen Handelns zu gelten hat", Schlosser (1987:101).

Wie ist der Einfluß der Politik auf die Sprache und der Einfluß der Sprache auf die Politik?

Wahlreden

Politik bewegt sich in verschiedenen Kommunikationsfeldern, Sprach-ebenen und Sprechstilen. In Wahlreden beispielsweise stellt sich der Politiker/die Politikerin zur Wahl, um durch einen Wahlsieg das erstrebte Amt zu erlangen. Damit die Wahlreden die Kandidaten und Kandidatinnen an die Macht bringen, ist diese Kommunikationssituation durch sprachliche Mehrdeutigkeit gekennzeichnet.

Wahlkampf

Daß die Rednerin/der Redner im Wahlkampf die öffentliche Meinung beeinflussen will, um Anhänger für seine Ansichten zu gewinnen, ergibt sich aus der Wahlkampfsituation.

Wahrheit - Lüge

Damit stoßen wir zu dem Kernbereich vor, dem Verhältnis von Wahrheit und Lüge in der politischen Aussage. Im Wahlkampf verschärft sich die Spannung zwischen beiden Polen. Der Wahlkampf erschwert das Nachprüfen, Auswiegen und Relativieren von Fakten, Zusammenhängen und Argumenten. Um die Wirkung in der Kommunikation zwischen Wählern und Wählerinnen und Politikern/Politikerinnen zu verstärken wird simplifiziert und polemisiert.

Showveranstaltung

Nach Meinungsumfragen seit den sechziger Jahren sieht nahezu die Hälfte der Befragten im Wahlkampf vor allem eine Showveranstaltung, bei der man nichts über Ziele der Parteien und Politiker erfahre. Und fast

zwei Drittel fühlen sich im Wahlkampf irreführt.

Sprechkultur

Mit diesen Ergebnissen hängt auch die Frage nach der politischen Kommunikationskultur zusammen. Die Politik und das öffentliche Auftreten von Politikerinnen/Politikern in Bürgerdiskussionen oder parlamentarischen Debatten liefern genügend Anschauungsmaterial, um Quellen rhetorischer Glaubwürdigkeit zu prüfen. Sowohl die Pragmatik und Semantik politischer Sprache als auch die Strategien der Politik vermittelt rhetorischer Kommunikation sind Untersuchungsfelder der modernen Sprachwissenschaft.

Medienrhetorik

Die tägliche Darstellung massenmedial vermittelter politischer Rituale sowie die mediengerechte Inszenierung - vor allem visualisierbarer - politischer Ereignisse und die professionelle Kompetenz politischer Akteure machen Politik zu einem Prozeß von organisierten Kommunikationssituationen. Es werden also symbolische Kommunikationsakte im politischen Raum mit gezieltem Medien- und Werbeaufwand initiiert, um Prozesse der eigenen Repräsentation in Gang zu setzen!

"Warum ein Politiker, was in welchem Augenblick, mit welcher Betonung erklärt und was er am Ende wirklich meint, ist oftmals nur ein Akt der Selbstdarstellung", Lattmann (1981:61).

Was eine Politikerin/ein Politiker sagt, ist niemals allein bloßes Bemühen um Aufklärung, Information, Dialog oder Kontaktpflege, sondern dient immer auch dem Erwerb oder Erhalt der politischen Macht.

Die Professionalisierung des Politikbetriebes hat die publizistische Leistungsfähigkeit von Politikerinnen und Politikern ausgeweitet und vor allem eine erhöhte Kompetenz zur Selbstdarstellung durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit mit sich gebracht.

Rhetorische Politik

Die kommunikative Rechtfertigung von politischen Entscheidungen hat

zu volksverdummenden Sprachmarotten, inhaltslosen Sprachattitüden und lebensfernen Politargumentationen geführt. Dadurch ist eine 'rhetorische Politik' entstanden, die nur noch verkürzende Zielsetzungen verfolgt, wie:

Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit
Druck auf massenmediale Berichterstattung
Aufbau eines eigenen Kommunikationsmarkts
vielfältige Beeinflussungsversuche von direkten und indirekten Kommunikationen
parteiorganisatorische Aufrüstung für einen verschärften parteipolitischen Wettbewerb.

Kommunikations-Steuerung

Diese Phänomene haben zu einer Standardisierung von politischen Kommunikationsofferten geführt:

erfolgreich Mitgliederwerbung betreiben
planvoll Pressearbeit gestalten
politische Kampagnen zielgerichtet durchführen
inhaltliche Parteistandpunkte argumentativ vertreten.

"In der Bundesrepublik haben es vor allem die politischen Parteien übernommen, die öffentliche Diskussion und die auf politische Mehrheiten angelegte Meinungsbildung von sich aus anzuregen und zu organisieren", Lohmar (1985:5).

Polit-Management

Gute Politik optimal zu verkaufen und aus einer mittelmäßigen oder mißlungenen politischen Entscheidung noch das Beste zu machen, ist Aufgabe und Traum der Parteizentralen. Dazu bedienen sich die politischen Schaltstellen eines perfektionierten Kommunikationsmanagements, einer politischen Inszenierungskunst und einer Dramaturgie von sachbezogenen Informations- und Aufklärungsansprüchen, um im politischen Showgeschäft eine informationssättigende politische Bewußtseinsbildung zu erreichen. Auf eine kurze Formel gebracht, lautet das Motto: Kalkulierend reden und

wirkungsbewußt auftreten! Dies bedeutet unter anderem:

Selektion von Themen

Selektion von Fakten

*Interpretation der Fakten unter Verwendung affektgeladener
Sprachsymbolik!*

Rhetorische Politik

Die Absichten einer solchen rhetorischen Politik sind:

*den Strom von Informationen durch permanente Öffentlich-
keitsarbeit nicht abreißen lassen*

Themen rechtzeitig besetzen

Kompetenz demonstrieren

Schlagzeilen liefern

Aufmerksamkeit erzeugen

optimale Medienpräsenz anstreben.

Um diese Ziele zu erreichen, werden vielfältige Kommunikationssitua-
tionen geschaffen, z.B. Pressekonferenzen, Abgabe von Statements, öffent-
liche Diskussionsveranstaltungen, informelle Kontaktpflege. Angestrebt
wird: Themen und timing in der Berichterstattung zu steuern.

Der amerikanische Kommunikationswissenschaftler Boorstein nannte
dies einmal: "Pseudo-Events kreieren" (1961:19).

TV-Rhetorik

Hierbei gilt das besondere Interesse jenem Medium, das nach den Re-
zeptionsgewohnheiten der meisten Bürgerinnen und Bürger die Politik of-
fenbar am authentischsten vermittelt sowie den höchsten Glaubwürdigkeits-
grad und den größten Unterhaltungswert besitzt: das Fernsehen.

Telegenität

Wenn also die Frage im Vordergrund steht, ob das Wahlvolk mit dem
Fernsehaufttritt zufrieden gewesen ist, dann bekommen TV-Auftritte den
Charakter von berufsmäßiger Schönfärberei, dann bedeutet rhetorische

Politik im Fernsehen: Überlegungen anstellen, welche Krawatte vor den Fernsehkameras am besten wirkt, damit das Bild nicht flimmert! Stehen wir am Beginn eines Prozesses, an dessen Ende statt inhaltlicher Qualität eine gestylte Telegenität geboten wird und politische Sachkenntnis gegen mediengerechte Darstellung eingetauscht wird?

Massenkommunikationsforschung

Die Massenkommunikationsforschung hat beispielsweise festgestellt, daß die Reden im amerikanischen Wahlkampf weniger einen Effekt darauf haben, welche Partei der Zuhörer wählt, als darauf, ob er überhaupt wählt. Die rhetorische Politik ist also in erster Linie auf Suggestion, Faszination und Emotion ausgerichtet. Diese appellativ ausgerichtete Politrhetorik zielt auf akklamatorische Zustimmung.

Polit-Marketing

Die Kurzformel des politischen Marketinggeschäftes lautet: Machtprämie durch Medienpräsenz.

Unglaubwürdigkeit

Manche Wahlreden, Parteiverlautbarungen oder Politikeräußerungen lassen den Verdacht rhetorischer Unredlichkeit plausibel erscheinen. Wenn politische Auseinandersetzungen durch persönliche Polemik gekennzeichnet sind, politische Feindschaften als ein Vernichtungskampf begriffen werden und Beleidigungs- bzw. Verleumdungsprozesse an der Tagesordnung sind, dann kommt die Politik dadurch in Verruf.

Wer einem Menschen mit politischen Worten das Denken abnehmen will, ist unglaubwürdig weil manipulatorisch. Die Vertrauenskrise in die Politik und der Verlust an Glaubwürdigkeit von Politikerinnen und Politikern hat die politische Arbeit empfindlich gestört und die Frage nach der Qualität politischer Rhetorik neu aufgeworfen.

Manipulation

Die Möglichkeit politischer Täuschung mit Hilfe der Sprache darf je-

doch nicht zu einer generellen Verurteilung politischer Rhetorik verleiten. Es gilt, statt der Gleichsetzung von politischer Rhetorik und sprachlicher Manipulation die manipulativen Absichtlichkeiten aus den Variablen der Sprechsituation, Sprecherin/Sprecher, Ort, Zeit, Redeanlaß, Redeziel usw. indirekt zu folgern.

Kommunikationskonzept

Es muß ein politisches Kommunikationskonzept geben, das psychologische Einsichten fördert, angemessene Öffentlichkeit herstellt und manipulative Mittel hilflos macht.

Bewußtsein

Eine solche politische Rhetorik hätte das Ziel, bürgerliches Alltagsbewußtsein, politische Handlungen und normative Einstellungen zu beeinflussen. Damit steht diese politische Rhetorik wiederum im Spannungsfeld von unterschwelliger Manipulation und legitimer Beeinflussung. Es ergibt sich der Zwiespalt von Wirklichkeitsbeschreibung einerseits und Bewußtseinssteuerung durch sprachliche Strategien und rhetorische Konstruktionen der Wirklichkeit andererseits.

Transparenz

Um Überzeugungsarbeit zu leisten, damit sich Einstellungen und Urteile von Bürgerinnen und Bürgern bilden und auch verändern können, bedürfen Politikerinnen und Politiker eines kommunikativen Verhaltens, das einen freien Austausch von Informationen und Meinungen ermöglicht. Mit den Prinzipien von Publizität und Transparenz steht die politisch-rhetorische Qualität des demokratischen Systems auf dem Prüfstand. Dazu sagt Habermas (1971:239):

"Öffentlichkeit entsteht im Felde der Konkurrenz organisierter Interessen durch Entfaltung demonstrativer Publizität."

Der rhetorische Grundsatz 'Sprich die Sprache Deiner Zuhörer' bietet ein gutes Mittel sprachlicher Verständigung. Gerade die hohe Kunst,

schwierige Sachverhalte mit einfachen Worten wiederzugeben, kann zu einer faszinierenden Rhetorik werden.

Glaubwürdigkeit

Die generelle Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit von Politikerinnen und Politikern wird im Meinungsbild der Bürgerinnen und Bürger sowie durch ihre Wahrnehmungen auch durch die rhetorischen Auftritte politischer Führungspersönlichkeiten strukturiert. Einfluß und Ansehen im öffentlichen Raum anzustreben und die Chance, am Gang der Politik mitzuwirken, müssen zu einer politischen Rhetorik führen, die verstärkte Teilhabe am Willensbildungsprozeß in Parteien, politischen Organisationen und Verbänden ermöglicht und bessere Kontakt- und Informationsmöglichkeiten im Umgang mit politischen Entscheidungsträgern bietet.

Funktionen politischer Rhetorik

Daraus ergeben sich folgende 3 Funktionen:

- informativische Funktion, d.h. politische Inhalte vermitteln*
- appellative Funktion, d.h. Zielorientierung*
- partizipative Funktion, d.h. Teilhabe am politischen Prozeß.*

Politische Rhetorik

Eine derartige politische Rhetorik ist verhaltensorientiert, mitwirkungsorientiert und interaktiv-kommunikativ. Es stehen die politischen Fakten den politischen Wertungen und Werten gegenüber. Eine solche politische Rhetorik setzt sich zum Ziel, Fakten transparent zu machen, rationale Abwägungen aufzuarbeiten, emotionale Betroffenheit zu artikulieren und politische Entscheidungsprozesse demokratisch vorzubereiten.

"Politikvermittlung hat also zum Ziel, Öffentlichkeit herzustellen, indem soziale Konflikte, politische Handlungen, Interessen und Absichten so artikuliert werden, daß nicht nur damit politische Zustimmung erreicht wird, sondern daß darin auch die Aktionen der Betroffenen Gehör finden", Czerwick (1987:163).

Formen politischer Rhetorik

Um dies zu verwirklichen, muß politische Rhetorik:

bürgernahe Sprache benutzen

politische Inhalte strukturieren

komplexe politische Sachverhalte vereinfachen, ohne zu verkürzen oder zu verfälschen

Informationen in verständliche Worte und anschauliche Sprachbilder übersetzen

gebündelte Meinungen präsentieren.

Folgende Kriterien sind dabei zu beachten:

Zugangspluralität

Offenheit gegenüber anderen politischen Positionen

Regelung von richtungspolitischen Auseinandersetzungen durch sachorientierte Diskussionen und Debatten

Vermittlung komplexer politischer Prozesse mit einem hohen Grad an Wahrhaftigkeit

kommunikative Basisrückkoppelung mit Vielfalt von Meinungen und gemeinsames Erarbeiten von Positionen durch Konsens oder Dissens in der kommunikativen Auseinandersetzung.

Stil

Hierdurch wird Art und Weise sowie Form und Stil politischer Diskussionen zu einem wesentlichen Bestandteil einer neuen, demokratisch geprägten Kommunikationsbeziehung zwischen Politikerinnen/Politikern und Bürgerinnen/Bürgern. Die politische Legitimation durch Information und Diskussion läßt die Frage überflüssig werden, ob die politische Rhetorik an einer mangelnden Moralität der Politikerinnen/Politiker leidet.

Autonomie

Denn die geforderte politische Rhetorik kann zu Autonomie und Selbstbestimmung aufgeklärter Staatsbürgerinnen und Staatsbürger führen und die Motivation steigern, nach Zusammenhängen, Ursachen, Folgen von politischen Entscheidungen zu fragen. Dies ist insbesondere dann stark aus-

geprägt, wenn auch emotionale und rationale Betroffenheit vorhanden ist.

Bildungsarbeit

Diese Betroffenheit als Ausgangspunkt für eine aktive Beteiligung an der Politik zu nutzen, zählt zu den Zielen der außerschulischen politischen Erwachsenenbildung. Darüber hinaus strebt diese Form von Bildungsarbeit auch an, die persönlichen Zugangschancen von Bürgerinnen und Bürgern am Prozeß der politischen Kommunikation zu verbessern. Das oberste Ziel politischer Bildungsarbeit lautet: eine wahrheitsorientierte und von strukturell antidemokratischen Verhaltensweisen freie Diskussionskultur zu fördern.

Kommunikationskultur

Um eine solche demokratische Kommunikationskultur zu erreichen, muß sich Politikvermittlung als ein Prozeß der Interessenartikulation und Interessenaggregation von Bürgerinnen und Bürgern gegenüber der politischen Führung begreifen. Solange die politische Kultur auch dadurch geprägt ist, daß interne Diskussionen und Konflikte als Schwäche politischer Organisationen bewertet werden, solange wird sich eine entsprechende innerparteiliche Pluralität und verstärkte Partizipation in Grenzen halten. Zu den wichtigen Teilaspekten einer derartigen politischen Kultur gehören:

*Politikvertrauen und
Glaubwürdigkeitsbewußtsein.*

Zielkatalog

Wenn also Sympathie und Vertrauen wichtige Elemente des politischen Zielkataloges sind, dann stellt sich die Frage nach dem Zustand der politischen Kommunikationskultur.

Wort und Wahrheit

Die Glaubwürdigkeit politischer Kommunikation hängt davon ab, inwieweit die Taten mit den Worten übereinstimmen. Die damit zusammenhän-

genden Fragen lauten:

wer gilt als politische Persönlichkeit als glaubwürdig?
welcher politischen Institution wird eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben?

lassen sich unabhängiges Denken und moralische Integrität als zentrale politische Begriffe einer Demokratiekultur mit den Zwängen politischer Alltagsarbeit vereinbaren?

blockieren anwendungsorientierte Kommunikationsstrategien von Parteizentralen die Glaubwürdigkeit von Politikerinnen und Politikern?

steht die gegenwärtige politische Rhetorik in der Tradition antiker Schulrhetorik, orientiert sie sich an den sozialwissenschaftlichen Erkenntnissen der sogenannten 'Neuen Rhetorik', greift sie Impulse der Massenkommunikationsforschung auf?

Fazit

Wenn Kommunikation als ein Mittel angesehen wird, den Menschen Politik bzw. politische Entscheidungen deutlich zu machen, dann muß politische Auseinandersetzung und Konfliktbewältigung ebenso wie Politikdarstellung und Politikartikulation in rhetorischen Prozessen geübt werden.

Literatur

- Boorstein D.J. 1961, From News Gathering to News Making - A Flood of Pseudo-Events, in: D.J.Boorstein (ed.), *The Image*, Harmondsworth, pp.19-54
- Czerwick E. 1987, Parlament und Politikvermittlung, in: U.Sarcinelli (Hg.), *Politikvermittlung - Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, Bonn, pp.161-183
- Habermas J. ⁵ 1971, *Strukturwandel der Öffentlichkeit - Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Neuwied/Berlin
- Lattmann D. 1981, *Die lieblose Republik*, München

- Lohmar U. 1985, Politik über den Wolken - Glaubwürdigkeit politischer Arbeit, in: Deutsche Public Relations-Gesellschaft (Hg.), *Politik über den Wolken - Glaubwürdigkeit politischer Arbeit*, Berlin, pp.5-11
- Schlosser H.D. 1987, Politikvermittlung als Sprachproblem, in: U. Sarcinelli (Hg.), *Politikvermittlung - Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, Bonn, pp.101-116

Klaus Bodel
 Hanns-Seidel-Stiftung
 D-8000 M ü n c h e n 19