

AUSSENANSICHT

Was von der Rede übrig bleibt . . .

. . . ist der Schnipsel, das Zitat. Über die Not der politischen Rhetorik im Medienzeitalter. *Von Vazrik Bazil*

Vorbei sind die Zeiten, in denen ein Redner nur ein Publikum vor sich hatte, zu dem er sprach, um dessen Echo er bangte. Wer heute öffentliche Reden hält, spricht zwar immer noch zu einem Publikum, das im selben Saal sitzt. Gleichzeitig aber richtet er sich an einen Kreis von Zuhörern, der weit größer ist als das Publikum. Dieser Kreis hört seine Rede zu Hause, im Büro oder im Urlaub. Er hört sie vermittelt durch Medien – selten ganz, meistens aber nur in Schnipseln, eingestreut zwischen Anmoderation, Interview und Kommentar. Was von der Rede übrig bleibt, sind zwei oder drei ausgewählte Sätze im Fernsehen, sind die Zitate im Internet oder in den Zeitungen. Der Schnipsel, der Satzketten, das ist die Rede. Sie bestimmen die Meinung darüber, ob die Rede gut war oder nicht, der Redner und die Rednerin etwas taugt oder nicht. Und es scheint, dass, je seltener die Menschen einen Redner hören, sie umso stärker ihrer Meinung gewiss sind.

Es gibt sogar einen Ort, wo der Redner gar kein Publikum mehr hat, sondern nur noch Zuhörer: den Deutschen Bundestag. Wer im Plenum des Hohen Hauses redet, braucht die eigene Koalition nicht zu überzeugen; die gegnerische kann er nicht überzeugen. Abstimmungen wird er kaum beeinflussen können. Die sogenannten Sternstunden des Parlaments, in denen Entscheidungen tatsächlich dort getroffen werden und nicht anderswo getroffene nur

abgesegnet, sind selten. Sie sind eher Sternschnuppen des Parlaments. Wozu also diese Reden? Um Fernsehzuschauer, Internetsurfer und Zeitungsleser zu überzeugen? Ein Abgeordneter hat mir einmal spitzbübisch geantwortet: Um die eigene Fraktion und Partei auf sich aufmerksam zu machen. Das Plenarpult nur als Sprungbrett für die eigene Karriere?

In der klassischen Rhetorik waren der Orator und seine sinnliche Präsenz der Angelpunkt jeder Rede; heute hören wir durch Medien vermittelte Bruchstücke von Reden – die Sinnlichkeit ist dabei auf der Strecke geblieben. Josef Albers, der Kunstpädagoge und stellvertretende Direktor im Bauhaus, schrieb in den Zwanzigerjahren: „Wir müssen schnell lesen wie knapp sprechen. Es wird die akzentuierte, betonte, unterstrichene, abgekürzte, bebilderte Schrift herrschen. Wie in der Sprache die Mitteilung, die Erklärung, der Aufruf, das Programm, das Kurzwort, das Stichwort.“ Und der Buchstabe, könnte man fortsetzen. Mit ihrem berühmten „f. . .“ hat Evelyn Hamann im Lorient-Sketch die äußerste

Verknappung der Sprache erreicht und die Voraussage von Albers weit übertroffen.

Natürlich wissen erfahrene Redner und behände Redenschreiber, wie sie sich auf Publika und Zuhörer einstellen und die Medien mit zitierfähigen Sätzen füttern können. Und natürlich wissen sie, dass die Wirkung ein und derselben Rede auf Publikum und Zuhörer verschieden, bisweilen widersprüchlich sein kann. Manche wirken im Fernsehen schön, im Saal aber

Kommunikation ist wie nie zuvor ein Risikogeschäft

mächtig. Daher versuchen Redner und Redenschreiber diese Kluft zwischen realer Präsenz und medialer Präsentation zu kiteln. Aber wahr bleibt: Schnipsel schlagen in der Öffentlichkeit Seiten, Sätze schlagen Reden.

Es gibt glückliche Sätze, die für Zeitenwenden stehen, wie John F. Kennedys „Ich bin ein Berliner“, Willy Brandts „Wir wol-

len mehr Demokratie wagen“ oder Roman Herzogs „Ein Ruck muss durch Deutschland gehen“. Doch wer weiß noch, worüber diese Redner sonst in diesen Reden gesprochen haben? Ihr Inhalt ist in den Lücken und Löchern des Gedächtnisses verschwunden. Übrig geblieben sind die Merksätze. Oft werden einzelne Sätze aus ihren Kontexten herausgerissen und sogar verzerrt dargestellt. Missverständnisse bleiben nicht aus; Redner fühlen sich ohnmächtig. Kommunikation ist wie nie zuvor ein Risikogeschäft.

Es gibt mehrere Wege von Mund zu Ohr, und diese Wege sind obendrein auch noch gewunden. Die mediale Vermittlung von Reden, in welcher gestutzten Form auch immer, ist eine mächtige Realität, vor der öffentliche Redner ihre Augen nicht verschließen. Mit Medienarbeit versuchen Parteien, Unternehmen und Verbände die Wirkung ihrer Spitzenredner einigermaßen auf die erwünschte Bahn zu lenken. Aber erfahrene Redner wissen auch, dass nichts über Angesicht-zu-Angesicht-Reden geht. Denn hier sind sie nicht nur prä-

sent, sondern sie zeigen auch Präsenz. Sie stellen Kontakt zum Publikum her, argumentieren, spüren den Atem des Publikums. Texte haben Kontexte; sie sind geheilt von der asthmatischen Kurzatmigkeit des Halbsatz-Zitats.

In der Republik werden viele solche Reden gehalten, erst recht jetzt, wo der Wahlkampf auf Touren kommt. Manche von ihnen sind hervorragend, manche können besser werden, einige sind so, dass man sich diskrete Ohrstöpsel wünscht. Immer aber hat das Publikum die Möglichkeit, sich aus erster Hand ein Urteil über den Redner und die Rede zu bilden. Der Weg von Mund zu Ohr geht nicht nur übers Zitat; man kann das Ohr auch ohne Wort-Asthma erreichen.

Bei einer Rede, die noch eine Rede sein darf, hören meist weniger Menschen zu als bei der Rede, die um ihrer verwertbaren Zitate willen gehalten wird. Doch das Tor zum Publikum ist hier weiter als die Luke zu den Zuhörern irgendwo da draußen. Der Redner steht lebendig da, und die Rede, gut oder schlecht, lebt. Und wenn sie dann auch noch gut ist, verbindet sie Sachliches und Emotionales, Geschichtliches und Utopisches, Persönliches und Allgemeines. Dann findet sie den Weg ins Ohr, in diesen Worttrichter. Und dann, wenn dem Redner wirklich das Glück lacht, verdichtet sich das Gesagte in dem einen Satz, der im Gedächtnis haften bleibt. Nur solche Reden stacheln zum Handeln an, bewe-

gen und führen. Der gleiche Satz allein auf einer Homepage oder in den Tagesthemen bliebe ein Androide, ein menschenähnliches Wesen, das aber nicht wirklich lebt.

Bald also ist Wahlkampf. Politikerinnen und Politiker werden auf Wahlkundgebungen zuhauf Reden halten. Sie werden sich heiser sprechen, auf dass die Wähler ihnen ihre Stimme im September geben. Was wirklich eine gute Rede ausmacht, ist schwer zu sagen, der mathematisch messende Verstand taugt dabei nicht. Entscheidend ist vielmehr der Sinn nicht fürs Messbare, wohl aber fürs Angemessene, das höchste Kriterium einer guten Rede. Der Rede jedenfalls, der armen, zu Schnipseln geschredderten, wird es für ein paar Wochen gut gehen – bevor sie zurück muss in den Bundestag, um dort Abgeordneten zu helfen, die Fraktion auf sich aufmerksam zu machen. Eine schöne Gelegenheit, die freie Rede in Freiheit zu erleben. Zitate-Schnipsel gibt es dann wieder früh genug.



Der Autor und Kommunikationsberater **Vazrik Bazil**, 47, ist Präsident des Verbands der Redenschreiber deutscher Sprache. FOTO: OH