

### *Politisches System Liechtensteins*

Das Verhältnis von Politik und Medien wird dabei wissenschaftlich in widersprüchlichen Modellen skizziert. Der Ansicht, dass die Medien von der Politik instrumentalisiert werden, steht die Ansicht gegenüber, dass sich die Politik der Medienrealität anzupassen und unterzuordnen hat. Fraglich ist auch, welche Rolle das Publikum in diesem Beziehungsgeflecht spielt. Ist es dem Spiel von Politik und Medien ausgeliefert, oder entscheidet letztlich das Publikum – oder die Wählerschaft – durch eigene Medienlancierungen oder durch Zustimmung und Ablehnung über Erfolg und Misserfolg von Politik und Medien?

#### *Top-down-Modell*

Für die Gültigkeit der Annahme einer gezielten Politikvermittlung durch die Medien bis hin zur Instrumentalisierung der Medien durch die Politik wird vor allem der Fall der Vereinigten Staaten von Amerika zitiert.<sup>276</sup> Dieses Modell bezeichnete *Alemann* als «top-down-Modell».<sup>277</sup> Als Nachweise für diese Ansicht werden die zunehmend über Medien vermittelte Politik, die Bedeutungssteigerung – vor allem des Fernsehens – in politischen Auseinandersetzungen und Wahlen, die bewusste Inszenierung von politischer Scheinwirklichkeit durch Parteien und Politiker, die Schaffung von Quasi-Ereignissen, die Entwicklung «symbolischer Politik» mit daraus folgenden Personalisierungsstrategien, Gefühlskampagnen und ideologischen Scheinfokussierungen, die Professionalisierung in den Beraterstäben der Parteien und Regierungen im PR- und Marketingbereich herangezogen sowie die Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten.

#### *Mediokratie-Modell*

Auf der anderen Seite steht das «Mediokratie-Modell».<sup>278</sup> Dieses Modell betont den Charakter der «vierten Gewalt» der Medien, welche eine

<sup>276</sup> Vgl. dazu *Sarcinelli* 1990, 1992, 1998; *Donsbach* 1993; *Donsbach* u.a. 1993; *Pfetsch* 1994; *Pfetsch* u.a. 1994.

<sup>277</sup> v. *Alemann* 1997: 481 ff.

<sup>278</sup> *Donsbach* 1993: 17; v. *Alemann* 1997: 485 ff. Über den Einfluss des Fernsehens auf Wahlen vgl. *Taylor* 1990 für die Vereinigten Staaten, *Kepplinger* 1994 für die Bundesrepublik Deutschland, *Plasser* u.a. 1995a für Österreich.