Ein interessanter Essay von Walter van Rossum über Funktionsweisen der Anpassung der öffentlichen Meinung an die angeblichen wirtschaftlichen Sachzwänge.

Wer sich auf die in Sabine Christiansens allsonntäglich aufgeführten Kontroversen als Zuschauer einließe, habe schon verloren, weil er seine Zustimmung zum prinzipiell gleichen politischen Programm erteilt habe, schreibt van Rossum. Es gehe nicht um eine ernsthafte Debatte über kontroverse Konzepte, sondern es gehe einer „großen Koalition der Systemüberwinder" durch pausenloses Wiederholen um das Eintrichtern der These, dass es „unserer" Wirtschaft besser gehe, wenn es „der" Wirtschaft wieder gut gehe und wenn es „der" Wirtschaft gut gehe, es auch „uns" wieder gut gehe.
Das „heroische Element der Politik" sei heute die Krise. Vorhandene Probleme würden nur insoweit analysiert, als sie die längst ausgehandelten Lösungen begründen könnten. Problemwahrnehmung und Problemlösung fielen so immer zusammen: Weil es „unserer" Wirtschaft schlecht gehe, müssten nur die Steuern gesenkt, die Arbeitszeiten verlängert, die Löhne- und Lohnnebenkosten gedrückt, der Kündigungsschutz und die Tarifverträge gelockert werden, um wieder aus der Krise rauszukommen. So werde „weitgehend begründungsfrei das System überwunden" und, „die Menschheit auf ihre Existenz als Rationalisierungsreserve" vorbereitet. Van Rossum beklagt, dass der „vordringliche Sanierungsfall im angeblichen Sanierungsgebiet Deutschland die intellektuelle Verfassung der Sanierer selbst sei".

Dass der Autor die bewundernswerte Leidensfähigkeit aufbrachte, derart ausdauernd seine Sonntagabende mit „Sabine Christiansen" zu verbringen, um sich mit dem dort vom immer gleichen Personenkreis dargebotenen „Wortumsatz" auch noch intensiv auseinander zu setzen, ist allein schon eine Leistung für sich, die Anerkennung verdient. Darüber hinaus unterzieht sich van Rossum aber noch der Mühe die Nebenjobs einzelner Teilnehmer an der Talkrunde zu recherchieren. Dabei macht er vor allem am Beispiel der Agentur „Wirtschaft, Medien Politik, WMP EuroCom AG" sichtbar, wer sich alles aus Politik und Medien in dieser Agentur in unterschiedlichen Funktionen zusammenfindet und wie die „Interessensvermittlung" zwischen Wirtschaft, Politik und Medien abläuft.