

Hans-Dieter Kübler

### **Bereichsrezension: Politische Kommunikation**

2008

<https://doi.org/10.17192/ep2008.3.769>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

#### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Kübler, Hans-Dieter: Bereichsrezension: Politische Kommunikation. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 25 (2008), Nr. 3, S. 277–282. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2008.3.769>.

#### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### **Terms of use:**

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## Medien / Kultur

*Bereichsrezension: Politische Kommunikation*

### **Winfried Schulz: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung**

Wiesbaden: VS 2008, 393 S., ISBN 978-3-531-32962-8, € 29,90  
(2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage)

### **Markus Rhomberg: Mediendemokratie. Die Agenda-Setting-Funktion der Massenmedien**

München: Fink 2008, 213 S., ISBN 978-3-7705-4401-1, € 29,90

### **Barbara Pfetsch, Silke Adam (Hg.): Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen**

Wiesbaden: VS 2008, 286 S. ISBN 978-3-531-15473-2, € 29,90

Vielfältig und spannungsreich sind die Beziehungen zwischen Politik und Medien; beide sind unabhängig voneinander nicht mehr denkbar bzw. funktionsfähig. Demokratie setzt geradezu den politisch kompetenten, sprich allseits informierten Bürger voraus. Allerdings scheinen sich mit der Expansion und wachsenden Penetration sämtlicher Lebensbereiche durch Medien die Gewichte und Wirkkräfte zu ihren Gunsten verschoben zu haben: Polit-Talkshows fungieren als Parlamentsersatz. Public Relations, politisches Marketing und mediales Politainment treten zunehmend an die Stelle direkter politischer Kommunikation und Partizipation, zumal die unmittelbaren Vermittlungsinstanzen wie Parteien und Verbände an Einfluss und Attraktivität verlieren.

Die Wissenschaft beobachtet, analysiert und bewertet dieses Wechsel- und Spannungsfeld etwa seit den 70er Jahren unter dem Signum der ‚politischen Kommunikation‘ oder – systemtheoretisch gesprochen – des ‚politischen Kommunikationssystems‘ als relativ eigenständiges Forschungsfeld, das nicht mit der intentionalen und vielfach institutionalisierten Kommunikations- bzw. Medienpolitik verwechselt werden darf. Vielmehr ist politische Kommunikation die „Kommunikation [...], die von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist oder die politische Akteure, ihr Handeln und ihre Kognitionen beinhaltet“ – so Winfried Schulz (S.16). Ihre Bedeutung und Beachtung seien in den letzten Jahren offensichtlich gestiegen, nimmt man die Indikatoren des wissenschaftlichen Outputs als Maßstab. Wer sich über diesen Forschungszweig und seine Erträge bis etwa 2006 kompetent und seriös informieren will, findet bei Schulz verlässliche

Angaben und übersichtliche Einordnungen.

Allerdings erfolgen sie aus der Sichtweise der empirischen Kommunikationswissenschaft; die Politikwissenschaft, die gleichermaßen tangiert ist und eigentlich das weit verbreitete, relevante Phänomen der Medialisierung der Politik längst auch hätte wahrnehmen müssen, zeigt sich dafür immer noch recht desinteressiert. Hingegen wimmelt es in der populärwissenschaftlichen und spektakulären Diskussion von alarmistischen Schlagwörtern wie ‚Mediendemokratie‘, ‚Kolonialisierung‘, ‚Legitimationsverlust‘ und ‚Entdemokratisierung‘. Ihnen kann Schulz mit seinem Disziplinverständnis wenig für die wissenschaftliche Analyse abgewinnen (vgl. S.14); allein schon die Wahl des oft strapazierten Terminus der ‚Medialisierung‘ im Vergleich zum sonst und auch international mehr gebrauchten der ‚Mediatisierung‘ begründet er ausführlich. Über weite Strecken sieht er die wechselseitige Durchdringung von Politik und Medien, wohl im Einklang der maßgeblichen Forschung, noch primär von den klassischen Massenmedien bestimmt; Internet, Online-Medien, Blogging und Web 2.0 werden zwar hier und da erwähnt, aber eher additiv hinzugefügt denn als Faktoren eines grundlegenden Wandels politischer Kommunikation untersucht: „Keine nennenswerten Substitutionseffekte“ (S.242) habe das Internet bislang bewirkt, heißt es an mehreren Stellen beschwichtigend, allenfalls seien das Repertoire erweitert und die Wahlmöglichkeiten erhöht worden. Ob diese Diagnose für 2008 und vor allem die folgenden Jahre, zumal für alle Industrienationen und deren jüngere Generationen, Bestand hat, darf jetzt schon bezweifelt werden; jedenfalls zeichnen sich hier Desiderate für künftige Auflagen ab.

Fast gänzlich neu sind die einzelnen Kapitel gestaltet; allein das Thema Wahlen entdeckt man wieder, so dass man in der Tat ein nahezu neues Buch vor sich hat, das die vorangeschrittene Forschung spiegelt. Als Auftakt beschreibt Schulz die Expansion der Medien sowie deren Nutzung, und die damit eingetretene „Medialisierung der Politik“ (S.31ff.). Beide werden im Kontext des zu Grunde liegenden sozialen Wandels gesehen und sie lassen sich Schulz zufolge kategorial als Erweiterung der Kommunikationsfähigkeiten, als sukzessive Ersetzung politischen Handelns durch mediale Surrogate, als wachsende Verschränkung von Medien und Politik sowie als fortschreitende Anpassung der politischen Performanz an die Medienlogik fassen. In den folgenden Kapiteln werden diese Prozesse im Licht der verfügbaren Studien überprüft und differenziert.

Davor werden die wichtigsten „Modelle des politischen Kommunikationsprozesses“ (S.41ff.) aufgeführt; sie alle rekurren auf oder kreisen um den laut Schulz längst prekär gewordenen Wirkungsbegriff, den man „ohne nennenswerten wissenschaftlichen Verlust“ (S.64) aufgeben und durch spezifischere Termini ersetzen könne. Denn längst habe sich die Medienwirkungsforschung in dieser Hinsicht „entgrenzt“ (ebd.). Dass der Wirkungsbegriff dennoch, zumal in der populären Diskussion, beibehalten wird, ist selbst wohl ein Politikum, das aber von Schulz nicht als solches diskutiert wird.

Sodann werden Aspekte des politischen Engagements und die Rollen der Medien dabei, die Bedeutung und Funktion der Medien im Wahlkampf sowie die grassierende Expansion des Kommunikationsmanagements in Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen dargestellt.

In seinem Schlusskapitel wirft Schulz noch einmal die Frage nach dem Zusammenspiel zwischen Demokratie, Öffentlichkeit und Qualität der Medien auf, nachdem er zunächst die grundlegenden Prämissen des Buches zusammenfasst: Medien stellen ihm zufolge als „Weltbildapparate den Informationsgehalt von Politik her, sie definieren, was ein politisches Ereignis, was ein Thema ist.“ Daher „spielen sie eine aktive Rolle bei der Herstellung von Öffentlichkeit und bestimmen deren Struktur und Dynamik nach medialen Aufmerksamkeitsregeln“. Entsprechend nehmen sie „wichtige politische Funktionen“ wahr, etwa bei der politischen Sozialisation, der Partizipation, der „Definition politischer Probleme“ sowie der „Implementierung politischer Entscheidungen“ (S.323). Dies alles sind sicherlich wichtige und richtige Dimensionen des bearbeiteten Wechselverhältnisses, aber sie lassen zugleich grundlegendere Fragen offen. Sie gelten für Schulz als normative oder gar ethische Wertungen von Demokratie- und Medienqualität, die er recht schnell mit dem „realistischen“ Vorschlag verlässt, statt „abstrakte Forderungen wie die nach Objektivität“ aufzustellen „einfach zu akzeptieren, dass die Medien keine verzerrungsfreie Realitätsdarstellung bieten können, dass sie die Medien keine verzerrungsfreie Realitätsdarstellung bieten können, dass sie mehr oder weniger parteilich sind und dass sie politische Prozesse entsprechend den Regeln der Medienlogik beeinflussen“ (S. 338). Auch damit dürften nicht alle Fragen nach Grenzen der Verzerrung bzw. Medienlogik, nach Ideologien, Interessen und Machtverhältnissen beantwortet sein und deshalb werden weiterhin pauschale Verdikte über „Mediokratie“ (S.339) und Demokratieverlust kursieren. Im Rahmen des umrissenen Wissenschaftskonzepts hat Schulz fraglos einen fundierten, differenzierten und empirisch gehaltvollen Überblick geliefert, der mit Abstracts vor jedem Kapitel und einem dichten Schlagwortregister auch als Lehrbuch dienen kann – ein Prädikat, das der Verlag auch weniger ausgereiften Büchern gern verleiht.

Markus Rhomberg fragt in seiner Dissertation, ob sich mit der Agenda-Setting-Forschung, dem inzwischen ergiebigsten und anerkanntesten Ansatz der neueren Wirkungsforschung, erklären lasse, welchen Beitrag und/oder welchen Einfluss die Medien für und auf das Funktionieren moderner Demokratien haben, zumal davon auszugehen sei, „dass das, was Bürger über Politik erfahren, sie fast ausschließlich aus den Medien erfahren.“ (S.12) Das ist eine reichlich abstrakte Frage, und sie bleibt es auch während der gesamten Durchsicht einschlägiger Literatur, die mitunter recht redundant ausfällt und viele Zitate aufweist – gewissermaßen als eine rezeptive Fleißarbeit, die nicht in einem eigenen Konzept kulminiert und sich stattdessen an einigen theoretischen Halteleinen entlang hangelt: Im ersten, dem demokratietheoretischen Teil folgt Rhomberg weitgehend dem politikwissenschaftlichen Konzept Hans Wimmers, der das systemtheoretische Modell

um die Subsysteme der politischen Öffentlichkeit (inklusive Massenmedien), der politischen Parteien und des Staats (Regierung und Parlament) erweitert bzw. modifiziert. Wie darin die Medien verortet werden, wird nur recht pauschal mit Funktionsbegriffen wie „Agenda-Setting, Watchdog, Information, Orientierung und Integration“ (S.53) umrissen, sondern es wird außerdem auf die wachsende Einflussnahme von Public Relations, aber auch von „neuen sozialen Bewegungen“ (S.58f.) hingewiesen, die die überkommenen Vermittlungsinstanzen wie Parteien und Verbände erodieren lassen. Alle politischen Akteure, so die These, müssten in die Kontrolle und Beobachtung der öffentlichen Arena immer mehr Ressourcen investieren (vgl. S.69), doch wie die Aufmerksamkeitspotenziale verteilt werden und ob das Schlagwort ‚Mediendemokratie‘ zutrifft, lässt Rhomberg offen. Er favorisiert die von Sarcinelli und Schatz vorgeschlagene Diagnose der „mediatisierten Parteiendemokratie“ (S.190).

Knapper fallen die Kapitel zur „politischen Kommunikation“ (vgl. S.89ff.) und zur Entwicklung des Agenda-Setting-Konzepts (vgl. S.99ff.) aus, die im Vergleich zum Überblick von Schulz ungleich weniger ergiebig und differenziert sind. Für die Aufarbeitung der Agenda-Setting-Forschung greift der Autor reichlich auf die vorliegenden Arbeiten von Wolfgang Eichhorn (München 1996) und Patrick Rösler (Wiesbaden 1997) zurück. Erst in seinem letzten Kapitel versucht er sich an einer Synthese der beiden Disziplinstränge, aber auch sie erschöpft sich in der neuerlichen Auflistung ungelöster Probleme, wofür der Autor die disparate Forschungslage verantwortlich macht. Denn mehrheitlich seien die Studien auf Wahlkampagnen beschränkt, fokussierten ein Medium oder maximal zwei Medien, ignorierten weitgehend die sich differenzierenden Nutzungsformen, die unterschiedliche Qualität von Medien und Medienzuzwendung sowie die Heterogenität der Themen. Insgesamt unterstellten oder fingierten viele Studien für die sogenannte Publikumsagenda nach wie vor große, homogene und weithin konsensfähige Foren, die allerdings mit der empirischen Realität wachsender Segmentierung, Wahlmöglichkeit und Unterschiedlichkeit des Publikums kaum mehr übereinstimmten. Dadurch würden aber auch sämtliche normative Demokratiepостulate in Frage gestellt. Dies zu konstatieren wird der Autor nicht müde, aber dafür heuristische Konzepte zu formulieren, gelingt ihm nicht. Zum Ende wirft er mit Stephan Ruß-Mohl nochmals die Frage auf, ob die Massenmedien längst ihre Integrationsfunktion verloren hätten, einfach weil sie nicht mehr als solche fungierten und genutzt würden. Dies zu explizieren, wäre just das Thema der Arbeit gewesen.

Dass (Massen)Medien längst selbst politisch agieren, mithin Akteure politischer Prozesse und Entscheidungen, und zwar ständig einflussreichere, geworden seien, postulieren auch die beiden Hohenheimer Kommunikationswissenschaftlerinnen, die Herausgeberinnen des vorliegenden Sammelbandes: In ihrem einflussreichen Beitrag datieren sie den Ausgangspunkt dieser Perspektive auf 1996, nämlich auf das Erscheinen eines Aufsatzes von Benjamin Page. In elf weiteren

Beiträgen werden dazu sowohl einige Theorieentwürfe als auch empirische Fallstudien vorgelegt, wobei sich als griffige Rollenmuster das der „instrumentellen Aktualisierung“, wie von Matthias Kepplinger (Bonn 1989) vorgeschlagen, und das des „opportunen Zeugen“ (Lutz M. Hagen im *European Journal of Communication* 1993) immer wieder erweisen (vgl. S.11). Insgesamt dürften sich realiter vielerlei Funktionsformen entlang eines Kontinuums zwischen Forum und Akteur ergeben, aus denen sich der „Aktivitäts- und Autonomiegrad der Medien“ abbilden ließe (vgl. ebd.). Aber auch der vielfach apostrophierte Begriff der Autonomie ist missverständlich, weil er hier nur auf das Maß politischer (Un)Abhängigkeit beschränkt wird und andere Dependenzen ignoriert. Als sozialwissenschaftliche Forschungsrichtungen identifizieren die Herausgeberinnen: die „politische Ökonomie“ (angloamerikanischer, nicht marxistischer Provenienz), die sich inzwischen mit dem „Marktverhalten von Medienorganisationen in Parametern der Aufmerksamkeitsökonomie“ (S.12) beschäftigt, aber in diesem Band nur mit einem wenig erhellenden Beitrag vertreten ist.

Sodann werden handlungstheoretische Ansätze aufgeführt, jedoch mit unterschiedlichen Handlungskonzepten und vor allem Untersuchungsniveaus, wobei meist weder der Handlungsbegriff hinreichend definiert noch eindeutig erklärt wird, wer oder was handelt bzw. handeln kann. Die pauschale Rede von den Medien als politische Akteure ist spätestens in empirischen Kontexten unzureichend, immerhin müsste zwischen Verlag/Unternehmen, Redaktion und einzelnen Journalisten differenziert werden, zumal die Handlungsintentionen unter ihnen durchaus gegenläufig sein können. Und mit der Digitalisierung und Vernetzung kommen unzählige einzelne User bzw. Foren hinzu; sie bleiben völlig außerhalb des Horizontes der Beiträge. Immerhin zeigen die empirischen Fallstudien, dass die Medien je nach Opportunität mediale Eigenlogiken oder politische Positionen bedienen (können). Allerdings lassen sich solche (Inhalts)Analysen vorzugsweise an anerkannten Medien – meist an Qualitätszeitungen – vornehmen. Die überwiegende Masse der (elektronischen) Boulevardmedien bleibt gemeinhin unbeachtet, womit erneut auf die unzureichende analytische Identifizierung hingewiesen wird.

Der letzte Ansatz wird als Neo-Institutionalismus bezeichnet – ein Paradigma, das die Medien als Institutionen in ihrer puren Faktizität begreift, ohne ihnen „zugleich politische Interessen, Motive, Manipulationsabsichten und Strategie fähigkeit zu unterstellen.“ (S.15) Denn Medien stifteten für öffentliche Themen den institutionellen Rahmen ihrer Wahrnehmung, Resonanz und Wertungen, eröffneten damit Handlungsoptionen, -abläufe und -kontexte, wie sie besonders für Themen anfallen, die plötzlich auftauchen, unbekannt sind und singular bleiben, beispielsweise bei Naturkatastrophen, Kriegen, spektakulären Unfällen und Aufsehen erregenden Verbrechen. Solche Perspektiven seien früher unter den Labels der Selektivität und des Gatekeeping verhandelt worden, inzwischen würden sie mit den diversen Termini des Agenda Settings, der Nachrichtenwerttheorie, der

„Mediatisierung von Politik“ (sic!) (S.19), des Framing und der Themenkarriere diskutiert, wobei sich abermals die Frage nach dem Neuigkeitswert des Akteurs-Ansatzes stellt. Eine Fülle von Forschungsdesideraten sehen die beiden Herausgeberinnen voraus, neben den bereits genannten vor allem das wohl analytisch grundsätzlichste, nämlich: „Wie können wir die Funktionen, die Rollen und die Wirkungen von Medien in politischen Prozessen isolieren, wenn diese Prozesse selbst existentiell mit den Medien verknüpft sind“? (S.23) Denn „politische Prozesse in modernen Demokratien sind untrennbar mit Kommunikation und Mediatisierung verbunden“ (S.23f.). So weit, so richtig – aber die Frage, ob unter diesen Prämissen der Ansatz und die Perspektiven überhaupt angemessen gewählt sind, stellen sich weder die Herausgeberinnen noch die beteiligten Autor/innen. Stattdessen liefern sie, wie die Herausgeberinnen vorsichtig formulieren, „Denkanstöße für weitere umfassende Untersuchungen politischer Medienrollen“, und belegen erklärtermaßen oder implizit, „wie hochkomplex der Untersuchungsgegenstand ist“ (S.24).

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)