

*Sammelrezension: Politik. Macht. Medien.*

**Alfred-Joachim Hermanni: Medienpolitik in den 80er Jahren.  
Machtpolitische Strategien der Parteien im Zuge der Einführung des  
dualen Rundfunksystems**

Wiesbaden: VS 2008, 292 S., ISBN 978-3-531-15443-5, € 34,90

**Patrick Donges: Medialisierung politischer Organisationen.  
Parteien in der Mediengesellschaft**

Wiesbaden: VS 2008, 244 S., ISBN 978-3-531-15867-9, € 34,90

Politik und Medien werden zumeist in ein spannungsgeladenes Verhältnis gesetzt, wobei den Medien häufig die Attribuierung einer sogenannten ‚Vierten Gewalt‘ zukommt. Die politischen Wissenschaften sind bei dieser Bezeichnung eher zurückhaltend. So gibt es vielfältige Analysen, die die Spannungen, Wechselwirkungen und das Zusammenspiel der ersten drei Gewalten beschreiben und verstehen möchten. Daneben treten dann auch Analysen zu den Massenmedien, wengleich es gewisse Vorbehalte dagegen gibt, diese mit dem Begriff der ‚Vierten Gewalt‘ zu adeln und sie gleichrangig neben Legislative, Exekutive und Judikative zu stellen. Massenmedien stellen jedoch im großräumigen Flächenstaat das vorrangige Medium der Kommunikation politischer Repräsentanten mit den Repräsentierten dar und werden damit zu einem entscheidenden Faktor für das politische System liberal-demokratischer Gesellschaften. Für die Kommunikationswissenschaft stellen sich die Berührungspunkte daher als viel geringer dar, die sich anbietende Vielfalt an Massenmedien dem politischen System gleichwertig gegenüberzustellen und danach zu fragen, welche wechselseitigen Beeinflussungen zwischen beiden ‚Systemen‘ zu beobachten sind und wie diese in theoretischer und empirischer Perspektive angemessen beschrieben werden können. Dabei sind zwei unterschiedliche Betrachtungsweisen möglich: Zum einen kann danach gefragt werden, welchen Einfluss das politische System, beispielsweise durch rechtliche Normierungsversuche, auf die Massenmedien nimmt. Zum anderen kann gefragt werden, welchen Einfluss die Massenmedien ihrerseits auf das politische System nehmen, z.B. welche inhärenten ‚Logiken‘ der Medien zu freiwilligen oder unfreiwilligen Anpassungsleistungen des politischen Systems führen und ob dies normativ wünschenswert ist oder nicht.

Der ersten Betrachtungsweise widmet sich Alfred-Joachim Hermanni in seiner

zeitgeschichtlichen Studie zu den machtpolitischen Strategien der bundesrepublikanischen Parteien im Zuge der Einführung des dualen Rundfunksystems. Der Autor fragt nach den Zielen der Parteien, die diese mit der Einführung/Verhinderung des dualen Rundfunksystems verknüpften, und er fragt danach, welche Handlungsoptionen sich boten und mit welchem Erfolg diese wahrgenommen wurden. Um diese Fragen zu beantworten, betrachtet Hermanni seinen Untersuchungsgegenstand aus verschiedenen Perspektiven. So wertet er zunächst umfangreiches Aktenmaterial der Jahre 1982-1989 aus, das ihm exklusiv von den Parteien zugänglich gemacht wurde, und kann so zeigen, wie die verschiedenen Akteure in den Parteien die eigenen politischen Ziele definierten, Strategien entwickelten und schließlich auch aus der Beobachtung des politischen Gegners Schlüsse zogen. Neben diese zeitgeschichtlichen Analysen, die den Kern der Studie bilden, werden kurze Porträts der beiden Bundeskanzler Helmut Schmidt und Helmut Kohl als Medienpolitiker gestellt sowie die Ergebnisse einer schriftlichen Befragung weiterer zentraler Akteure in den beiden großen Volksparteien dargelegt. In zwei anschließenden Kapiteln überprüft Hermanni dann zentrale Topoi der damaligen politischen Diskussion. So kommt er hier zu dem Ergebnis, dass sich weder die Befürchtungen um ökonomische Einbußen in der Filmindustrie bewahrheitet hätten, noch dass der neue Privatfunk unter mangelnder Akzeptanz in der Bevölkerung leiden würde. Die Studie findet ihren Abschluss mit einer ausführlichen Schlussdiskussion, die dem Leser noch einmal vor Augen führt, wie komplex die vorliegende Thematik ist.

Eher zweifelhaft sind bei dieser Studie einige methodische Probleme, die insgesamt Fragen an die wissenschaftliche Arbeitsweise aufwerfen und damit auch Bedenken in Bezug auf die Validität der vorgestellten Ergebnisse begründen. So werden zunächst irritierende, vor allem aber nicht falsifizierbare Hypothesen (vgl. Hypothesen 4 und 5 auf S.12) aufgestellt. Etwas fragwürdiger ist allerdings die Doppelrolle von Hermanni einmal als Akteur und dann als wissenschaftlicher Beobachter. Sowohl der Klappentext des Buches, als auch diverse Einstreuungen und Fotos im Text machen darauf aufmerksam, dass Hermanni „maßgeblich an der Einführung des dualen Rundfunksystems in den 80er Jahren beteiligt“ (Klappentext) war. In welcher Position er genau dabei war, sucht man genauso vergeblich, wie eine reflektierende Auseinandersetzung mit möglichen Befangenheiten des Autors. Der Text spiegelt dann auch leider genau diesen Eindruck der Befangenheit wider: Es handelt sich um eine stellenweise empörte Wiederaufnahme und Weiterführung alter Konflikte. (vgl. S.173-174) Diese Einwände trüben den Eindruck der insgesamt sehr spannenden Thematik beträchtlich ein.

Die zweite der oben genannten Betrachtungsweisen nimmt der Band von Patrick Donges ein, der damit die Ergebnisse seines Habilitationsprojektes vorlegt. Donges fragt darin nach den Wirkungen, die das durch Privatisierung, Digitalisierung und Ubiquität gekennzeichnete Mediensystem auf die politischen Parteien ausübt. Schlüsselbegriff der Untersuchung ist die ‚Medialisierung‘. Donges ver-

steht darunter jene gesellschaftlichen Veränderungsprozesse, die durch das Wirken der Massenmedien ausgelöst werden. (vgl. S.24-26) Am Beispiel der politischen Parteien möchte er diesen Prozess in komparativen Länderstudien (A, CH, D, GB) nachvollziehen und beschreiben.

Eine herausragende Bedeutung nimmt Donges' Studie aber nicht wegen des Untersuchungsgegenstandes ein, sondern aufgrund des Ansatzes, mit dem der Autor sich diesem nähert. In den Sozialwissenschaften ist seit den späten 70er Jahren eine Abkehr von holistischen Großtheorien einerseits und theoriearmen, auf individuelles Handeln fokussierten Empirismen andererseits zu beobachten, die als neo-institutionalistische Wende beschrieben werden kann. In vielen sozialwissenschaftlichen Disziplinen hat sich dieser Analyseansatz neben anderen fest etabliert, so beispielsweise in der Politikwissenschaft mit Gerhard Göhler, in der Soziologie mit Karl-Siegbert Rehberg oder in den Geschichtswissenschaften mit Gert Melville. Nur in den Kommunikationswissenschaften blieb dieser Ansatz bislang weitestgehend unbesetzt. Daher ist Donges' Studie als eine Pionierarbeit zu begreifen. Dies nicht zuletzt auch deshalb, weil hier neben Theoriebildung und Integration des neo-institutionalistischen Ansatzes in kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen auch modellhaft die Operationalisierung des Ansatzes sowie die Durchführung empirischer Studien betrieben wird.

Zu den Ergebnissen der vielleicht etwas zu cursorisch dargestellten empirischen Studie gehört zunächst der allseitig zu beobachtende Trend zunehmender Geschwindigkeit von Kommunikationsabläufen. Strukturell verändert sich der Organisationsgrad innerhalb der Parteien hin zu mehr Zentralisierung. Weiter lässt sich eine Konzentration von personellen und sachlichen Ressourcen in den Kommunikationsabteilungen der Parteien nachweisen, die in eine (mitunter auch selbstreflexive) Beobachtung der medialen Umwelt der Parteien, unter Zuhilfenahme externer Agenturen als Beobachter/Berater, mündet. Schließlich zeigt sich in der eigenen Wahrnehmung der Akteure auch eine Bedeutungsabnahme klassischer Kommunikationsinstrumente, insbesondere der Pressemitteilung. Diese Phänomene beschreibt Donges allesamt als Eigenschaften der Medialisierung politischer Parteien. Solche Phänomene könnten dann als institutionelle Mechanismen interpretiert werden, die es den Parteien selbst erlauben, sich als Institution auf Dauer zu stellen und gegenüber externem (medialen) Anpassungsdruck in der Zeit stabil zu bleiben.

Die gesamte Studie könnte auf den ersten Blick den Eindruck erwecken, als sei sie nicht richtig ausbalanciert. So stehen der Darstellung der empirischen Fallstudie mit gerade einmal 50 Seiten mehr als dreimal so viele Seiten (160) an Theoriearbeit voran. Allerdings ist dies bei dem Pioniercharakter dieser Studie schlechterdings unvermeidlich. Es macht dann aber auch Spaß, die klar strukturierte Ableitung von der allgemeinen Theorie des Neo-Institutionalismus bis hinunter zum Untersuchungsgegenstand zu lesen. Allein die Arbeit am Zuschnitt der Theorie für die Kommunikationswissenschaft würde den Band schon tragen können. Die

Operationalisierung der theoretischen Annahmen und die Darstellung der empirischen Ergebnisse ist da reine Zugabe, die in ihrem Modellcharakter sicher auch dazu herausfordern kann, weitere Arbeiten auf diesem Gebiet durchzuführen. Dass Donges mit diesem Band zur zentralen Referenz neo-institutionalistischer kommunikationswissenschaftlicher Folgestudien werden wird, ist genauso wahrscheinlich wie auch berechtigt.

Steven Schäller (Dresden)

### Hinweise

- Fischer-Lichte, Erika, Kristiane Hasselmann, Alma-Elisa Kittner (Hg.): *Kampf der Künste! Kultur im Zeichen von Medienkonkurrenz und Eventstrategien*. Bielefeld 2008, 300 S., ISBN 978-3-89942-873-5
- Hessler, Martina, Dieter Mersch (Hg.): *Logik des Bildlichen. Zur Kritik der ikonischen Vernunft*. Bielefeld 2008, 276 S., ISBN 978-3-8376-1051-2,
- Hölter, Achim, Volker Pantenburg, Susanne Stemmler (Hg.): *Metropolen im Maßstab. Der Stadtplan als Matrix des Erzählens in Literatur, Film und Kunst*. Bielefeld 2008, 300 S., ISBN 978-3-89942-905-3
- Hoth, Stephanie: *Medium und Ereignis, ‚9/11‘ im amerikanischen Film, Fernsehen und Roman. American Studies – A Monograph Series, Bd.169*. Heidelberg 2008, 408 S., ISBN 978-3-8253-5516-6
- Huber, Jörg, Philipp Stoellger (Hg.): *Gestalten der Kontingenz: Ein Bilderbuch*. Wien, New York 2008, 270 S., ISBN 978-3-211-78382-5
- Koebner, Thomas (Hg.): *Ästhetische Existenz – Ethische Existenz. Ein zeitgenössisches Entweder – Oder?* München 2008, 328 S., ISBN 978-3-88377-919-5
- Kondor, Zsuzsanna: *Embedded Thinking. Multimedia and the New Rationality*. Frankfurt/Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien 2008, 169 S., ISBN 978-3-631-57732-5
- Korte, Barbara, Sylvia Paletschek, Wolfgang Hochbruck (Hg.): *Der Erste Weltkrieg in der populären Erinnerungskultur*. Essen 2008, 222 S., ISBN 978-3-89861-727-7
- Nieland, Jörg-Uwe: *Pop und Politik. Politische Popkultur und Kulturpolitik in der Mediengesellschaft*. Köln 2008, 528 S., ISBN 978-3-938258-46-0
- Petersen, Thomas, Clemens Schwender (Hg.): *Visuelle Stereotype*. Köln 2008, 200 S., ISBN 978-3-938258-49-1
- Poppe, Sandra, Thorsten Schüller, Sascha Seiler (Hg.): *9/11 als kulturelle Zäsur. Repräsentationen des 11. Septembers in kulturellen Diskursen, Literatur, und visuellen Medien*. Bielefeld 2008, 294 S., ISBN 978-3-89942-994-7
- Schorb, Bernd, Anja Hartung, Wolfgang Reißmann (Hg.): *Medien im höheren Lebensalter*. Wiesbaden 2009, 500 S., ISBN 978-3-531-16218-8
- Schultze, Holger (Hg.): *Sound Studies: Traditionen – Methoden – Desiderate. Eine Einführung*. Bielefeld 2008, 316 S., ISBN 978-3-89942-894-0
- Wrage, Henning: *Die Zeit der Kunst. Literatur, Film und Fernsehen in der DDR der 1960er Jahre. Probleme der Dichtung, Bd.41*. Heidelberg 2008, 443 S., ISBN 978-3-8253-5502-9