

David L. Paletz (Hrsg.): Political Communication Research. Approaches, Studies, Assessments.- Norwood: Ablex Publishing; London: L. Erlbaum 1987, S. 276 S., £ 34,-

Eine Sektion der International Association for Mass Communication Research (IAMCR) beschäftigt sich mit Fragen der politischen Kommunikationsforschung. Gründer und Leiter dieser Abteilung ist David L. Paletz. Aus dem Austausch über laufende Forschungsprojekte innerhalb dieser Sektion entstand die von Paletz herausgegebene Publikation. Seine Ansicht lautete, "some of the most provocative of these conference papers" (S. X) zu edieren. Das gelang nur bedingt, weil zahlreiche der hier versammelten Forschungsergebnisse bereits an anderer Stelle veröffentlicht worden sind. Manche Autoren verweisen auf ihre Aufsätze älteren Datums. Einige einst als Präsentation un abgeschlossener Forschungsvorhaben gedachte Beiträge sind inzwischen durch umfassende Publikationen überholt.

So liegt der Wert des Buches vor allem darin, daß es einen Überblick über den internationalen Stand der politischen Kommunikationsforschung bietet. Dies geschieht in drei Gruppen: 'approaches', 'studies', und 'assessments'. Zur ersten Gruppe der Konzepte zählt ein bemerkenswerter Versuch von Harvey L. Molotch u.a., die Beziehungen zwischen der politischen und der massenkommunikativen Sphäre (und deren je unterschiedliche Art der Realitätskonstruktion) zu systematisieren. Der zweite und umfangreichste Abschnitt des Bandes ist Fallstudien gewidmet: über den Einfluß der noch jungen privaten Fernsehstationen in Italien auf lokale und regionale Wahlkämpfe (Gianpietro Mazzoleni), über das Bild der USA in der chinesischen Presse vor und nach der politischen Annäherung beider Staaten in den siebziger Jahren (Kuan-Hsing Chen), über die Rolle der Presse im brasilianischen Demokratisierungsprozeß zwischen 1974 und 1978 (Celina R. Duarte).

Reichweiten und Grenzen kommunikationswissenschaftlicher Ansätze zu beschreiben, ist die Aufgabe der dritten Gruppe von Beiträgen. Jay G. Blumler kritisiert einen großen Teil der Befunde über das Zusammenspiel von Massenmedien und Wahlen als "short on standards but

long on criticism" (S. 167). David Weaver resümiert die Leistungen der Agenda-Setting-Forschung auf dem Gebiet der politischen Kommunikation. Carl R. Bybee moniert, die Vertreter des Nutzenansatzes besäßen ein falsches Bild vom Publikum. Dessen Abhängigkeit überwiege seine Aktivität; das Konzept vom frei auswählenden Zuschauer verschleierte die faktische Ohnmacht der Rezipienten.

Die Arbeit der westdeutschen Publizistikwissenschaft repräsentieren Hans Mathias Kepplinger und Wolfgang Donsbach mit einem Beitrag über den Einfluß der Kameraperspektive auf die Wahrnehmung von Politikern durch die Fernsehzuschauer, Barbara Baerns mit der Zusammenfassung eines Forschungsprojektes über den Einfluß von Public Relations auf den Journalismus am Beispiel Nordrhein-Westfalens sowie Kepplinger und Michael Hachenberg mit einer Studie über die Wehrdienstverweigerung aus Gewissensgründen und deren Darstellung in den bundesdeutschen Medien. Das Fazit dieser beiden Autoren über die Medienwirkung heißt kurz und bündig: "Unconventional behavior became conventional" (S. 126). Gewiß ist das Spektrum wissenschaftlicher Befunde aus der Bundesrepublik größer, als es diese Autorenwahl suggeriert.

Insgesamt dokumentiert die Veröffentlichung die "Fernsehlastigkeit" der politischen Kommunikationsforschung. Fast nur noch in den Staaten der Dritten Welt (aus kommunikations- und forschungstechnischen Gründen) sowie in den sozialistischen Ländern (aus ideologischen Gründen) ruht der wissenschaftliche Blick auf dem Hörfunk und der Presse. Vorzügliche Namens- und Sachregister unterstreichen die Bedeutung der Publikation als einer Bilanz nunmehr abgeschlossener Forschungsprojekte und einer Bilanzierung des Erkenntnisstandes. Die in der Einleitung versprochenen Kriterien "innovative and provocative" (S. X) erfüllen jedoch nur wenige Beiträge.

Rolf Geserick