



auch insgesamt, geht Schönbach bei der Kommentierung der Ergebnisse sehr behutsam vor: Die dargestellten Untersuchungen werden in ihrer Anlage sehr genau beschrieben, auf etwaige methodische Mängel, die die Aussagekraft der Ergebnisse einschränken könnten, wird hingewiesen. Die begrenzte Übertragbarkeit amerikanischer Untersuchungsergebnisse auf die Bundesrepublik wird vermerkt. Als wesentlich wird dabei auch hervorgehoben, daß das Fernsehen heute nicht mehr den "Reiz des Neuen" ausübt, frühere Untersuchungsergebnisse deshalb vielleicht keine Gültigkeit mehr haben.

Zentral ist bei Schönbach auch immer wieder die Kritik an dem der Fragestellung zugrundeliegenden Wirkungskonzept, der Reduktion nämlich auf ein Stimulus-Response-Modell mit modifizierenden Randbedingungen. Er selbst spricht sich dafür aus, die herkömmlichen Paradigmen der Wirkungsforschung dadurch zu überwinden, daß man sie in einem "transaktionalen Ansatz" miteinander verzahnt, ein Konzept, das Medienwirkungen in einem Prozeß der gegenseitigen Beeinflussung und Gratifikationsleistung von Kommunikator und Rezipient beschreibt. Mit diesem Ansatz stellt Schönbach der zukünftigen Wirkungsforschung zugleich neue Aufgaben.

Im zweiten Teil des Buches werden die Ergebnisse einer eigenen in der Bundesrepublik durchgeführten Panel-Studie, die die politischen Effekte von Presse und Fernsehen im Vergleich zeigen kann, dargestellt. Sehr sorgfältig und Schritt für Schritt beschreibt Schönbach sein Vorgehen bei der (meisterhaften) Auswertung und Interpretation der Daten. Er macht dabei auch erste Versuche, der Analyse seinen transaktionalen Ansatz zugrunde zu legen. Gleichsam nebenbei fallen hier schließlich Ergebnisse ab, die die Hypothese von der wachsenden Wissensklüft zwischen der breiten Masse der Konsumenten und einer hochinformierten Elite, wie sie bisher meist vertreten wurde, infrage stellen.

Auch seine Untersuchung liefert keinen Beleg dafür, daß das Fernsehen der Presse hinsichtlich politischer Wirkungen überlegen wäre. In der Konsequenz empfiehlt Schönbach, die allzu globale Frage nach den Wirkungen in Zukunft zu differenzieren: Die Geschichte des Mediums, sein Engagement, seine spezifischen Vermittlungsleistungen sowie die Definition von Wirkung sollen dabei berücksichtigt werden.

Schönbach bleibt verständlicherweise zurückhaltend in der Bewertung des hier Vorgelegten; politische Brisanz ist diesem Buch allerdings nicht abzusprechen. Wenn die, wie er es selbst nennt, "Dämonisierung des Fernsehens" während des vergangenen Jahrzehnts wissenschaftlich der Grundlage entbehrte, so verliert der politische Zugriff auf die Rundfunkanstalten erst recht seine Legitimation.

Christina Holtz-Bacha