

to the realization of a program purpose.“ Viel Fantasie braucht man nicht, um sich auszumalen, wie Veranstalter und Regulierer auch hierzulande in endlosen Debatten die Frage der dramaturgischen (Nicht-)Notwendigkeit stereotyper Darstellungen diskutieren würden, gäbe es eine entsprechende konkretisierende Vorschrift.

Man muss der Autorin zugute halten, dass ihr dieses Problem wohl bewusst ist. Sie schließt ihre Arbeit daher mit einer Vielzahl höchst unterschiedlicher Vorschläge zur Regulierung von Geschlechtsrollenkrisches ab. Vordringlich scheinen ihr dabei der Erlass eines ergänzenden Programmgrundgesetzes zur Herstellung geschlechtsspezifischer Vielfalt einschließlich der entsprechenden Konkretisierungen (in Form etwa von Richtlinien oder Strukturkonzepten) sowie das weite Feld der personellen Frauenförderung. Viele dieser Vorschläge wird man weitaus schneller gutheißen als umsetzen können, andere wiederum scheinen schon recht weit von der Praxis entfernt – etwa der Gedanke, Zulassungsverfahren grundsätzlich als öffentliche Anhörungen durchzuführen, in denen sich die Zuschauer „ein Bild über die Eignung des Bewerbers“ (S. 199) machen können. Es spricht aber für das Buch, dass die Autorin auf allen Ebenen nach Lösungen des von ihr als Problem beschriebenen Phänomens sucht – und dies tut sie in sehr übersichtlicher, bis auf wenige Ausnahmen sorgfältig recherchiert und auch für Nicht-Juristen gut verständlicher Form. Wer einen substanzuellen Überblick über die entsprechende Forschung sucht, der wird ihn in diesem Buch nicht finden. Eine gute Anschaffung ist es jedoch für diejenigen, die sich einen Überblick über die – mindestens aus weiblicher Perspektive oft mit Recht so bezeichneten – Schwächen des Systems verschaffen wollen – und über Möglichkeiten, kleinere oder größere Schritte in eine andere Richtung zu tun. Dass das Buch die Leser trotz dieser Fülle an Informationen recht ratlos zurücklässt, muss denn auch nicht am Buch liegen.

Dagmar Schütte

Klaus Kamps (Hrsg.)

Trans-Atlantik – Trans-Portabel?

Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation.

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000. – 340 S.

ISBN 3-531-13508-2

Nur selten passiert es, dass Kommunikationsphänomene zur selben Zeit sowohl auf wissenschaftliche als auch auf publizistische Resonanz stoßen – und sich dann auch noch derselben Begrifflichkeiten bedienen. Die so genannte „Amerikanisierung“ der politischen Kommunikation ist einer dieser Fälle. Zuletzt haben insbesondere der Bundestagswahlkampf 1998 und der nordrhein-westfälische Landtagswahlkampf 2000 in diesem Zusammenhang für eine Fülle meist kritischer und besorgter Medienstimmen gesorgt, die im Import von Wahlkampfelementen aus den USA das beginnende Ende der politischen Kommunikationskultur in Deutschland sahen.

Entgegen derartiger publizistischer Stereotype, die „Amerikanisierung“ als moderne Form der Kolonialisierung betrachten, bemühen sich die seit Mitte der neunziger Jahre sprunghaft angestiegenen wissenschaftlichen Publikationen zumeist um eine differenziertere Analyse der vielfältigen Veränderungen der politischen Kommunikation in Deutschland. Hier reicht sich der vorliegende Sammelband nahtlos ein. Aus unterschiedlichen Perspektiven werden in insgesamt sechzehn Beiträgen Ursachen, Symptome und Einzelphänomene der so genannten „Amerikanisierungsthese“ beleuchtet.

Präsentiert werden zunächst drei theoriegeleitete bzw. begriffsdefinitorische Beiträge (Klaus Kamps, Patrick Donges, Christina Holtz-Bacha), deren Anspruch es ist, den diffusen Catch-All-Begriff „Amerikanisierung“ zu entwirren und von seinen negativen Konnotationen zu befreien. Als Einstieg zu empfehlen ist hier vor allem der Beitrag von Donges, der die verschiedenen Implikationen, Subjekte und Gegenstände der Amerikanisierungsthese ausdifferenziert und sie mit Globalisierungs- und Modernisierungsansätzen konfrontiert. Dabei wird deutlich, dass es bei der Frage der „Amerikanisierung“ vor allem um den Grad der Professionalisierung moderner politischer Kommunikation geht. Noch unklar

ist jedoch, ob und wie man diesen messen kann. Holtz-Bacha versucht dies anhand eines Vergleiches der politischen Kommunikationsberater in den USA und Deutschland sowie auf der Ebene der Kampagnenstrategien. Ihrem Fazit einer „bedingten Amerikanisierung“ (S. 52) kann nicht widersprochen werden. In abgewandelter Form findet es sich auch in fast allen Beiträgen des Bandes wieder, die kulturelle und strukturelle Adoptionsgrenzen formulieren. Angesichts solcher relativ stabiler Constraints stellt sich jedoch die Frage, ob ein Vergleich zwischen den USA und Deutschland nicht zu immer demselben Ergebnis kommen muss, ob die Amerikanisierungs- bzw. „Importthese“ nicht prinzipiell auf die falsche Spur führt. Als analytisch sinnvolle Alternative böte sich vor allem der im Band mehrfach angesprochene Modernisierungsansatz an, wonach die zu beobachtenden Veränderungen der politischen Kommunikation ihre Ursache in sich wandelnden sozialen und medialen Rahmenbedingungen haben. Als Bezugspunkt würde hier der – zeitlich variierende (Grad der Modernität bzw. der Professionalität der politischen Kommunikation die USA als Vergleichsobjekt ersetzen, die dann die Rolle eines Vorreiters und nicht, wie es die „Amerikanisierungsthese“ suggeriert, eines Vorbildes einnähmen.

Neben diesen einleitenden und grundlegenden Beiträgen widmet sich der Band z.T. in (empirisch) vergleichender Perspektive (USA und Deutschland), z.T. am Beispiel von Einzelfallanalysen (USA oder Deutschland) verschiedenen Facetten moderner politischer Kommunikation wie z. B. „Personalisierung“, „Entertainisierung“, „Spin Doctoring“ etc.. Die Einzelbeiträge sind vier größeren Abschnitten („Wahlkämpfe und Strategien“, „Macht und Beobachtung“, „Akteure und Medien“ sowie „Pop und Prognosen“) zugeordnet, wobei andere Bündelungen sicherlich auch denkbar und sinnvoll gewesen wären.

Im ersten Abschnitt finden sich die Beiträge von Christina Holtz-Bacha (s. o.), Gerhard Vowe/Jens Wolling und Christoph Bieber. Vowe/Wolling kontrastieren mit Blick auf Deutschland das Oberflächenphänomen „Amerikanisierung von Wahlkämpfen“ mit dem Konzept des politischen Marketings. Dieses können sie überzeugend als dauerhaftes Muster politischer Kommunikation skizzieren, wenn auch die empirische Überprüfung anhand einer Befragung in Dresden nur exempla-

rischen Charakter hat. Innovativ ist jedoch ihr Ansatz, die Notwendigkeit politischen Marketings aus Sicht der Nutzer und nicht – wie üblich – aus Sicht der Parteien zu begründen. Die Bedeutung des Internets für politisches Marketing unterstreicht Christoph Bieber mit Blick auf die US-Präsidentswahlen des Jahres 2000. Die Digitalisierung der Kampagne wird hier als ein wesentlicher Bestandteil der „Amerikanisierung“ herausgestellt. Ernüchternd ist jedoch die Einschätzung des Autors, dass sich die interaktiven Potenziale des Netzes auf dem Rückzug befänden: virtuelle Gemeinschaften würden durch den virtuellen Markt ersetzt werden (S. 104).

Der Abschnitt „Macht und Beobachtung“ umfasst drei Beiträge, deren gemeinsamer Anker die Rolle des Journalismus darstellt. Den umfassendsten Blick richten hierbei Miriam Meckel und Armin Scholl auf deutsche und amerikanische Journalismuskulturen, die sie anhand von Arbeits- und Berufsrollen vergleichen. Langfristig sehen die Autoren angesichts kultureller Unterschiede keine „Amerikanisierung“, sondern eher einen ökonomisch bedingten Trend zur Globalisierung. Frank Essers Fokus ist im Gegensatz dazu ausschließlich auf die USA gerichtet, wo er die Professionalisierung der Politikvermittlung am Beispiel des „Spin Doctoring“ der Clinton-Administration beschreibt. Leider beschränkt sich Esser vor allem darauf, zwei einschlägige US-amerikanische Publikationen, die Einblicke hinter die Kulissen politisch-medialer Interaktionen geben, zu referieren. Inwieweit das Konzept des „Spin Doctoring“ auf andere Kontexte übertragbar ist, bleibt weitgehend unbeantwortet. Ebenso mit der Clinton-Administration beschäftigen sich Klaus Kamps und Heike Scholten. Am Beispiel der so genannten „Lewinsky-Affäre“, deren Rezeption in Deutschland und der Diskussion um die Rolle der Medien wird Skandalisierung als weiteres Merkmal von „Amerikanisierung“ herausgearbeitet. Allerdings wird nicht ganz deutlich, ob es sich hier tatsächlich um ein „amerikanisches“, kulturell spezifisches oder gar um ein „neues“ Phänomen handelt.

Dem umfangreichsten Abschnitt des Bandes sind fünf Beiträge zugeordnet, die sich mit „Akteuren und Medien“ beschäftigen; jedoch spielt der Aspekt der politischen Kommunikation in dem vergleichend angelegten und partiengeschichtlich orientierten Beitrag von Christoph Strünck eine eher marginale Rolle.

Anders ist dies bei Marion G. Müller, deren Blick auf die expressive Seite von Parteien gerichtet ist. Gewohnt detailreich vergleicht sie rituelle bzw. zeremonielle Strukturen von Parteitagen der Jahre 1999 und 2000 in den USA und Deutschland, wobei die Wahlparteitage von SPD, CDU und FDP Ähnlichkeiten und eine Orientierung am US-Vorbild offenbaren. Auch der Blick Patrick Rösslers und Artur Meinholts auf den „Pseudo-Wahlkampf“ im Vorfeld der deutschen Präsidentenwahl 1999 verdeutlicht, dass „Amerikanisierung“ kein allumfassendes Phänomen ist. Die inhaltsanalytischen Befunde belegen vielmehr, dass sich das in diesem Fall wenig professionelle Kommunikationsmanagement kaum in der Presseberichterstattung niederschlägt. Leider wird die Rolle des Fernsehens hierbei nicht untersucht. Dieses steht im Mittelpunkt der longitudinal vergleichenden Inhaltsanalyse von Frank Marcinkowski und Volker Greger zur Frage der „Personalisierung“ der TV-Nachrichtenberichterstattung. Die Autoren entdecken im Vergleich der Jahre 1977 und 1998 eine Zunahme an Symbolisierung und Hierarchisierung, während der Grad der Privatisierung der Berichterstattung auf niedrigem Niveau verharrt. So zeigt sich eine „wechselseitige Verstärkung“ (S. 194) von Parteien- und Medienpersonalisierung, ohne dass mit dem gewählten Instrumentarium die Ursachen dieser Veränderungen benannt werden könnten.

Einen Blick auf die Selbstdarstellung und das sich professionalisierende Kommunikationsmanagement des Bundestages wirft letztlich Stefan Marschall. Am deutlichsten wird hier der oben beschriebene Modernisierungsansatz vertreten und eine Absage an „Importthesen“ erteilt, denn „blindes Kopieren verbietet sich allemal“ (S. 260). Überzeugend arbeitet der Autor zudem heraus, dass zunehmende Transparenz des Parlaments dessen Effizienz eher blockiert, und dass auch die Professionalisierung des Kommunikationsmanagements nicht zwangsläufig in ein verstärktes Wissen über das Parlament münden.

Der letzte Abschnitt des Bandes beinhaltet drei Untersuchungen zum Komplex „Pop und Prognosen“, wobei die Beiträge von Stefanie Kuhne („Bilder-Krisen – Krisen-Bilder“) und Rudolf Maresch („Europa – mon amour“) den primären, auf politische Kommunikationsprozesse bezogenen Fokus des Bandes ausweiten. Leider schimmern durch beide Beiträge die zu

Beginn formulierten, publizistisch verbreiteten Stereotype des modernen US-amerikanischen Imperialismus durch, von denen der vorliegende Band wohl eigentlich Abschied nehmen will. Hier irritieren insbesondere die essayistisch formulierten Bedenken Mareschs gegen das „amerikanische Interface“. Im Beitrag Jörg-Uwe Nielands wird dagegen wiederum ein größerer Bogen geschlagen, der die Verschmelzungen von Populärkultur und politischer Kommunikation sowie deren Auswirkungen für das Verständnis von Politik unter Jugendlichen betrachtet.

Insgesamt bietet der Band eine Fülle an unterschiedlichen Ansätzen und Einzelstudien, die im Ganzen deutlich machen, dass es derzeit noch keinen common sense darüber gibt, was unter „Amerikanisierung“ zu verstehen ist. Hier führt die programmatiche Frage des Bandes „Trans-Atlantik – Trans-Portabel?“ auf die richtige Spur, indem sie solche Studien in Frage stellt, die sich auf die Überprüfung des Transfers US-amerikanischer politischer Kommunikationselemente auf den deutschen Kontext beschränken. Tatsächlich geht es eben nicht um das Übertragen oder Kopieren, sondern um vielfältige modernisierungsbedingte, gesellschafts- und kulturspezifische Veränderungen der politischen Kommunikation. In diesem Sinne spiegeln die Beiträge in ihrer Vielfalt der Perspektiven und der präsentierten Befunde die Komplexität eines sich im Fluss befindenden Forschungsgegenstandes, wodurch sich der Band auf jeden Fall zur kritischen Lektüre empfiehlt.

Jens Tenschner

Roberta E. Pearson / Philip Simpson (eds.)
Critical Dictionary of Film and Television Theory
London/New York: Routledge 2001. – 498 pp.
ISBN 0-415-16218-1

In den letzten Jahren sind mehrere Überblickswerke entstanden, die die neuen Trends und Themen der Filmtheorie zusammenfassen. Robert Stam, Robert Burgoyne und Sandy Flitterman-Lewis machten mit ihrem nützlichen *New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, Post-Structuralism and Beyond* (London/New York: Routledge 1992) den Anfang. In sechs Kapiteln gaben die Autoren einen konsistenten Überblick über Großbereiche der