

Amanda D. Lotz (Hrsg.)

Beyond Prime Time

Television Programming in the Post-Network Era

London: Routledge, 2009. – 207 S.

ISBN 978-0-415-99669-3

Amanda Lotz kritisiert in ihrer Einleitung die bisherige Konzentration der medienwissenschaftlichen Forschung auf die Primetime. Doch haben grundlegende technische, ökonomische und politische Veränderungen der letzten Jahre vor allem die Angebote im Bereich des Tagesprogramms und seiner charakteristischen Sendeformen wie etwa der Daily Soaps verändert. Der von Amanda Lotz herausgegebene Sammelband stellt diese grundlegenden Veränderungen der Fernsehentwicklung in den USA vor. Dabei liegt der Fokus auf den Veränderungen der Senderlandschaft, der Distribution und der Programmformen (Talkshows, Daily Soaps, TV Movies, Kinder- und Sportsendungen). Bei den Ausführungen zur Veränderung von Distributionsformen und der Senderlandschaft liegt ein Fokus auf der Nutzung von Internetplattformen. Die gezeigten Nutzungsmodelle könnten durchaus Ideen für deutsche Senderstrategien beinhalten.

Für die deutsche Fernsehforschung liefert der Band vielfältige Anregungen, auf welche Weise ökonomische und technische Veränderungen in die Programm- und Sendungsanalyse einbezogen werden können. So wird etwa das Potenzial der interaktiven Prognose für die mögliche Weiterentwicklung der TV Movie-Ästhetik von Erin Copple Smith dargestellt. Interessante Aspekte liefern auch Amanda Lotz' Ausführungen zu den Veränderungen von Vermarktungsmöglichkeiten im Bereich der Fernsehnachrichten.

Ein vergleichbarer Sammelband für die Veränderungen des Deutschen Fernsehens wäre wünschenswert.

Joan K. Bleicher

Herfried Münkler / Jens Hacke (Hrsg.)

Strategien der Visualisierung

Verbildlichung als Mittel politischer Kommunikation

Frankfurt a. M.: Campus, 2009. – 250 S.

(Eigene und Fremde Welten; 14)

ISBN 978-3-593-38895-3

Der Band, der aus einer Ringvorlesung zum Thema „Visualisierung/Visibilität“ an der

Humboldt-Universität Berlin im Wintersemester 2006/2007 hervorgegangen ist, hinterlässt den Rezensenten etwas ratlos. Es überwiegen eindeutig die positiven Eindrücke, und doch vermisst man bei der Lektüre eine etwas stärker ordnende Hand, den roten Faden, der die Beiträge zusammenhält.

Der Titel und vor allem der Untertitel „Verbildlichung als Mittel politischer Kommunikation“ lassen zunächst eine spannende Lektüre erwarten, und dieses Versprechen wird in gewisser Hinsicht auch eingehalten. Die Autoren sind allesamt keine Anfänger, jeder zweite ist älter als 60 Jahre. Man merkt den Beiträgen an, dass sie nicht, wie sonst oft bei Sammelbänden, auf Auszügen aus Magisterarbeiten und Dissertationen beruhen, sondern auf einer jahrzehntelangen Erfahrung aus Forschung und Lehre. Die Dichte des souverän beherrschten Wissens macht die Lektüre nicht immer einfach, aber in den meisten Fällen lohnend. Die Durchschnittsqualität der Beiträge ist bemerkenswert hoch.

Gleich am Anfang räumen Enno Rudolph und Herfried Münkler in ihren Beiträgen die Begriffe auf. Rudolph sorgt für eine saubere Trennung von Symbol, Metapher und Mythos, Münkler führt dem Leser den Unterschied zwischen Transparenz und Visualisierung vor Augen. Das ist streckenweise etwas sperrig, aber hilfreich. Nach solchen Klärungen am Anfang erwartet man, einen Überblick über die verschiedenen Aspekte der politischen Bildkommunikation und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung präsentiert zu bekommen – und wird enttäuscht. Nach einem sehr interessanten Beitrag von Wolfgang Hardtwig über die Visualisierung des Politischen in Deutschland in der Zeit von 1900 bis 1936 (warum eigentlich 1936, wären nicht 1939 oder 1945 die „natürlichen“ Schlusspunkte?), der viele Aspekte dieses Themas anspricht von der politischen Inszenierung, über Demonstrationen und Plakatwerbung bis hin zum Tanz, folgt nicht etwa, wie man erwarten würde, ein entsprechender Artikel über die Visualisierung der Politik in der Bundesrepublik Deutschland, sondern einer von Michael Strübel über Kriegsdarstellungen in Kinofilmen. Das ist auch interessant, aber ein inhaltlicher Sprung. Dann, ein weiterer Sprung, folgt ein eher abstrakt gehaltener Beitrag von Willi Hofmann über die Rolle der Bildkommunikation in der Demokratie. Dann – erneuter Sprung – ein Text von Paula Diehl über „die SS-Uniform als emblematisches Zeichen.“ Der ist sehr lehrreich und lesenswert, aber doch auch sehr speziell und steht wie verloren im Raum, weil er sich wie ein Fallbeispiel für etwas liest,

was in den vorherigen Kapiteln nicht ausgeführt worden ist. Ähnliches gilt für den Beitrag von Horst Bredekamp über das Schröder-Portrait von Jörg Immendorff, in dem man sehr viel über Immendorff und seine Kunst im Allgemeinen sowie über dieses wirklich einzigartige Gemälde im Besonderen lernt, aber es fehlt das Kapitel davor, das einem die Herrscherporträts und ihre politische und gesellschaftliche Funktion spätestens seit Wilhelm II vor Augen führt.

So springt das Buch zwischen verschiedenen Einzelaspekten des Themas hin und her, ohne dass das Ganze erkennbar würde. Der Leser ertappt sich bei dem sinnlosen Versuch, den Band in Gedanken umzusortieren. Man überlegt, ob nicht vielleicht der Artikel von Karl-Siegbert Rehberg mit seinen spannenden Ausführungen über die Bildkommunikation und -manipulation von Fürsten und Diktatoren an den Anfang des Buches gehören würde, doch man kommt von dem Gedanken wieder ab, denn im zweiten Teil des Beitrags folgt nicht eine grundsätzliche Auseinandersetzung über das Verhältnis zwischen Bildern und Macht, sondern eine kunsthistorische Diskussion der Werke des DDR-Künstlers Werner Tübke. Je weiter man bei der Lektüre voranschreitet, um so mehr scheint sich der Band im Detail zu verlieren und gleichsam auszufransen. Am Schluss scheint selbst der Titel aus dem Blick zu geraten. Der vorletzte Beitrag, eine sehr lesenswerte Philippika Ronald Hitzlers gegen die seiner Ansicht nach ausufernde Videoüberwachung, hat mit dem Thema „Verbildlichung als Mittel politischer Kommunikation“ vielleicht noch am Rande zu tun, was man vom letzten Text, einer – ebenfalls durchaus interessanten – Auseinandersetzung mit der Fernsehsendung „Ich bin ein Star, holt mich hier raus!“ beim besten Willen nicht mehr sagen kann.

Der Band vermittelt den Eindruck eines Hauses, das schöne Verzerrungen trägt, bei dem aber die Eckpfeiler fehlen. Vielleicht trägt auch die bei dem Titel nicht zu erwartende starke Betonung kunsthistorischer Aspekte zu diesem Eindruck bei: Man würde sich wünschen, dass ein bisschen mehr von Politik und der gesellschaftlichen Rolle alltäglicher Bildpublizistik die Rede wäre, von der Zeitung, der politischen Fernsehberichterstattung, von Parteipropaganda. Wenigstens ein, zwei, drei Überblicksartikel über die Entwicklung der bildhaften Herrscherlegitimation seit der Antike, über die Geschichte der Bildkommunikation im Wahlkampf, über die Bildpropaganda der Nationalsozialisten oder auch Inhaltsanalysen über die Entwicklung der politischen Bildpublizistik, um nur ein paar Beispiele zu nennen, hätten

dem Band gut getan, ihm eine Art Rückgrat einziehen können. So aber bleibt der Eindruck einer hochwertigen aber auch etwas zufällig zusammengestellten Sammlung von oft recht speziellen Einzelartikeln. Das Buch „Strategien der Visualisierung“ eignet sich damit nicht besonders gut zum Durchlesen. Es ist aber ein vorzüglicher Steinbruch für Anregungen und Zitate, für Detailinformationen zu einer Vielzahl von Aspekten der visuellen Kommunikation. Es ist kein „kluges Buch“, aber es enthält viel Kluges. Das ist mehr als man über viele andere Sammelbände sagen kann.

Thomas Petersen

Christian Schemer

Politische Kampagnen für Herz und Verstand

Affektive und kognitive Einflüsse der Massenmedien auf politische Einstellungen
Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer, 2009. – 289 S.

(Reihe Rezeptionsforschung; 19)

ISBN 978-3-8329-4864-1

(Zugl.: Zürich, Univ., Diss., 2008)

Der Emotional Turn hat die politische Kommunikationsforschung auch im deutschsprachigen Raum erfasst! Christian Schemers Züricher Dissertation liefert hierzu einen aktuellen und ebenso beachtenswerten wie beachtlichen Beitrag, der (wohl als Reverenz an Ted Braders sehr ähnlich betiteltes bahnbrechendes Werk von 2006) unter dem Titel „Politische Kampagnen für Herz und Verstand“ in der Reihe „Rezeptionsforschung“ im Nomos-Verlag erschienen ist.

Schemer widmet sich damit nicht nur einem „Hot Topic“, sondern einem hoch relevanten Untersuchungsgegenstand, der das Fach seit der Erie-County-Studie zu Recht beschäftigt und immer noch gewichtige Fragen aufwirft. Bisher hat noch keine Feldstudie im Zeitverlauf zugleich affektive und kognitive Einflüsse von Kampagnenberichterstattung auf politische Einstellungen untersucht. Schemer will diese Lücke schließen. Er verfolgt damit drei Ziele: Erstens möchte er den Nachweis erbringen, dass sowohl Kognitionen als auch Affekte als „distinkte Konstrukte“ politische Einstellungen beeinflussen und deren Stärke erfassen. Zweitens sollen Effekte von Inhalten der Berichterstattung aus Fernsehsendungen und Zeitungen ermittelt werden, und zwar dahingehend, wie sie sich auf Kognitionen und Affekte