

BUCHBESPRECHUNGEN

KOMMUNIKATIONSTHEORIE / KOMMUNIKATIONSPOLITIK

Heiko Ripper: *Der große Kommunikator. Die Medienstrategie Ronald Reagans im Kontext der US-Präsidenten.* – Freiburg, München: Karl Alber 1998 (= Reihe: Kommunikation; Bd. 22), 239 Seiten, DM 59,-.

Daniela Hoyer: *Charles de Gaulle und die Massenmedien. Wie ein Politiker Presse und Rundfunk instrumentalisierte.* – St. Augustin: Gardez!-Verlag 1998 (= Reihe: Publizistik im Gardez!; Bd. 2), 192 Seiten, DM 49,90.

Während die Frage »Was machen die Medien mit den Politikern?« sich kontinuierlicher Aufmerksamkeit erfreut und in zahllosen Studien immer wieder beantwortet wird, wird die Umkehrung »Was machen die Politiker mit den Medien?« seltener hinterfragt und wenn, dann oft nur abstrakt beantwortet. Nun liegen zwei Arbeiten vor, die aufzeigen, wie Aspekte der Medienlenkung in demokratischen Staaten konkret realisiert werden.

Beide Verfasser skizzieren als Einstieg jeweils kurz die bekannten Zusammenhänge von Politik und Massenmedien aus systemtheoretischer Sicht, die politischen Funktionen der Massenmedien, die Rolle der Public Relations und die Mediatisierung der Politik. Sie gehen dabei im wesentlichen gleich vor: Nicht nur die Gliederung ist übereinstimmend, sondern auch Reihenfolge und Inhalt der Argumentation weisen starke Parallelen auf. Teilweise werden die gleichen Autoren mit den gleichen Zitaten in der gleichen Reihenfolge präsentiert.

Im Anschluß daran jedoch unterscheidet sich die Vorgehensweise. Heiko Ripper transferiert zunächst die allgemeinen Erkenntnisse des ersten Kapitels auf amerikanische Verhältnisse und widmet sich der Beziehung zwischen Präsident und Medien, bevor er die historische Entwicklung dieser Beziehung anhand der früheren Präsidenten nachzeichnet. Im zweiten Teil des Buches geht es um die »Medienpolitik« der Reagan-Regierung, wobei »Medienpolitik« nicht im üblichen Wortsinn verwendet wird, sondern hier ausschließlich für Strategien im Umgang mit den Medien steht. Ins Auge gefaßt werden dabei

zunächst die Instrumente, die zur Verfügung stehen, um der Regierung Gehör zu verschaffen, dann die Institutionen, die innerhalb der Administration mit den verschiedenen Kommunikationsaufgaben betraut sind. Den Abschluß bildet ein Überblick über die gesamte Medienstrategie und die PR-Aktivitäten im Ausland.

Trotz dieser klaren Gliederung gelingt es nicht, dem Leser ein stimmiges Gesamtbild zu liefern. Die verschiedenen Maßnahmen wie Pressekonferenzen, Fernsehansprachen oder Phototerminer werden abgehandelt, ohne daß sich die Einzelteile zum Ganzen fügen. Die Darstellung bleibt einerseits zu sehr auf die Person Reagans bezogen und deckt nur in Ansätzen die Maschinerie auf, die hinter dem Präsidenten steht; andererseits bleibt aber völlig unklar, welche der angewandten Strategien etwa auf willentliche Entscheidungen Reagans zurückgehen. So entsteht zumindest der Eindruck, daß Reagan eher eine Marionette der Medienberater und Kommunikationsstrategen war, die seine Auftritte choreographierten – bis hin zu Klebestreifen, um die Auftrittspositionen zu markieren. Nach dieser Darstellung bestand des Präsidenten einziger aktiver Beitrag zum Umgang mit den Medien in der Auswahl des geeigneten Personals. Darüber hinaus brachte er offenbar lediglich seine bekannten rhetorischen und mimischen Fähigkeiten sowie seine sympathisch wirkende Persönlichkeit ein. Auch über sein Verhältnis zu den Medien im Verlauf seiner vorangegangenen politischen Karriere erfährt man nichts.

Daß die Darstellung, obgleich sie gut zu lesen ist, so viele Fragen offen läßt, mag daran liegen, daß sich Ripper ausschließlich auf Sekundärquellen stützt und sich durchgehend mit einem Referat begnügt. Eine echte interpretative Zusammenfassung unterbleibt ebenso wie ein kritischer Diskurs der Frage, was diese Art des Newsmanagements für die politische Funktion der Massenmedien und damit für die Öffentlichkeit bedeutet.

Daniela Hoyers Beschäftigung mit Charles de Gaulle ist biographischer angelegt. Sie zeigt zunächst die Wurzeln des durchgehend schlechten Verhältnisses von de Gaulle zur Presse auf sowie

seine Nutzung des Radios als Propagandamittel im Widerstandskampf. Relativ ausführlich, aber in der Sache ohne übertriebene Längen, widmet sie sich dann den rundfunkpolitischen Maßnahmen der Regierung unter de Gaulles Präsidentschaft. Dabei gelingt es ihr eindrücklich und anhand vieler Beispiele, sowohl das Ausmaß staatlicher Lenkung als auch die verordneten expliziten Zensur- und Manipulationsmaßnahmen zu verdeutlichen, mit denen die Opposition durchgehend diskreditiert wurde. Erst nach dieser ausgiebigen Fundierung wendet sie sich de Gaulles konkretem Umgang mit den verschiedenen Medien zu. Neben seinen bevorzugten Kommunikationsmaßnahmen wird auch seine Auffassung von der Rolle des Journalismus offenkundig: Weder der neutrale Vermittler noch der Kritiker war ihm willkommen. Journalisten hatten mithin keine Verantwortung der Gesellschaft gegenüber, sondern sollten ausschließlich der »Grande Nation« und dem Staat und deshalb auch seinem führenden Repräsentanten verpflichtet und zu Diensten sein, um publizistische Überzeugungsarbeit zu leisten.

Die Sekundärquellen zum Thema werden komplettiert durch fünf Experteninterviews, die die Verfasserin mit maßgeblichen Zeitgenossen führte – darunter der Kabinettschef des Informationsministeriums sowie der Direktor des interministeriellen Informationsdienstes »S.L.I.I.«. Mit Rückgriff auf die Memoiren des Staatschefs sowie auf Erfahrungsberichte von Journalisten gelingt es ihr perfekt, die unterschiedlichen Standpunkte und verschiedenen Wertungen der gleichen Sachverhalte offenzulegen und einer kritischen Einschätzung zu unterziehen. Trotz der Fülle des Materials beschränkt sie sich auf die fachrelevanten Aspekte und erleichtert dem Leser die Nachvollziehbarkeit ihrer Auswahl dadurch, daß sie beim Übergang zwischen verschiedenen Teilkapiteln das Wesentliche nochmals rekapituliert und aufzeigt, welche Fragestellungen sich daraus für den Fortgang der Betrachtung ergeben. Insgesamt entsteht ein sowohl plastisches als auch scharf konturiertes Bild, das sich bei durchgehend spannender Lektüre dem Leser sozusagen von selbst erschließt.

Aufschlußreich sind im übrigen die Parallelen zwischen den beiden Präsidenten, die sich trotz völlig unterschiedlicher Rahmenbedingungen ergeben. Beider Erfolg fußte zum großen Teil auf den Aspekten ihrer Persönlichkeit, die sie entschlossen nach außen transportieren – wobei der General nicht weniger Sorgfalt auf seine

Selbstdarstellung verwandte als der Schauspieler. Entsprechend präferierten beide die direkte Ansprache ans Volk – sei es via Fernsehen oder bei öffentlichen Auftritten –, um ihre rhetorischen Qualitäten ungebrochen ins vorteilhafteste Licht zu rücken und Rückhalt für ihre Ziele zu erlangen. Darüber hinaus wirft insbesondere die Informationspolitik de Gaulles – wenn man von seiner repressiven Handhabung des Rundfunks absieht – die Frage auf, ob nicht bestimmte PR-Maßnahmen, die heutzutage unter dem Schlagwort »Amerikanisierung der Politik« je nach Sichtweise beklagt oder gefeiert werden, in Wirklichkeit ganz alte, möglicherweise universelle Methoden der Meinungslenkung darstellen.

UTE NAWRATIL, München

Winfried Schulz/Harald Berens/Reimar Zeh: *Der Kampf um Castor in den Medien*. Konfliktbewertung, Nachrichtenresonanz und journalistische Qualität. – München: Reinhard Fischer 1998, 143 Seiten, DM 34,-.

Anhand einer Inhaltsanalyse wollen Winfried Schulz und seine Co-Autoren zum einen ganz allgemein die mediale Darstellung der Castor-Transporte beleuchten, zum anderen soll geprüft werden, wie es um die »Qualität der Qualitätszeitungen« und ihren politischen Standort bestellt ist. Als Indikatoren für die Qualität der Berichterstattung gelten die Einhaltung der Trennung von Nachricht und Kommentar, das Ausmaß der Betonung von Negativismus und Dramatik sowie der Themenreichtum. Maßstab für die Sachgerechtigkeit ist die Berichterstattung der »dpa«.

Die Autoren greifen auf eine breite Datenbasis zurück: Über einen Zeitraum von zwei Monaten (Januar und Februar 1997) werden die fünf überregionalen Abonnementzeitungen »Frankfurter Rundschau«, »Süddeutsche Zeitung«, »Frankfurter Allgemeine Zeitung«, »Die Welt« und »die tageszeitung«, die Boulevardzeitung »Bild« sowie die Hauptnachrichtensendungen der fünf größten Fernsehanstalten und die Nachrichtenmagazine der öffentlich-rechtlichen Sender untersucht. Zusätzlich wird die Berichterstattung der »dpa« herangezogen. Hier werden neben dem eigentlichen Untersuchungszeitraum alle Meldungen aus den vorangegangenen zwei Jahren geprüft, um Vergleiche hinsichtlich der