

Hans-Dieter Kübler

Jürgen Maier, Thorsten Faas: TV-Duelle

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/15428>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Jürgen Maier, Thorsten Faas: TV-Duelle. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 37 (2020), Nr. 4, S. 443–444. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/15428>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Hörfunk und Fernsehen

Jürgen Maier, Thorsten Faas: TV-Duelle

Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, 207 S., ISBN 9783658117764, EUR 24,99

Legendär ist das Fernsehduell zwischen dem ausgefuchsten Politprofi Richard Nixon und dem smarten Newcomer John F. Kennedy 1960, bei dem letzterer am Ende haushoch gewann. Vorläufer dieses Format lassen sich im Radio seit 1948 finden. Seither hat sich diese symbol-trächtige Form der Wahlkampfkampagne und Kandidat_innenpräsentation weltweit mit der Diffusion des Fernsehens enorm verbreitet, allerdings mit gewissen Verzögerungen, in Deutschland erstmals im September 1997 in Hamburg zwischen Henning Voscherau und seinem Herausforderer, Ole von Beust, auf der Bundesebene erst 2002, zwischen Gerhard Schröder und Edmund Stoiber (vgl. S.1). Ihre auffallende Präsentation sowie ihre vermuteten Wirkungspotenziale haben zumal in den USA unzählige Studien angestoßen, bis zum Jahr 2000 wurden allein dort mehr als 800 registriert (vgl. S.12). Nicht zuletzt fungier(t)en solche Fallstudien zu einer Kampagne oder zu einem Duell als Anschauungs- und Untersuchungsbeispiele für allgemeine Wirkungsstudien experimenteller oder quasiexperimenteller Art oder gar für sozial-, kommunikationswissenschaftliche und psychologische Grundlagenforschung. In der Bundesrepublik setzte diese Art Forschung erst seit

2002 ein, und die beiden Autoren und/oder ihre beiden Institutionen scheinen seit Beginn daran beteiligt gewesen zu sein, so dass sie jetzt über einen umfangreichen Fundus darüber sowohl nationaler als auch internationaler Provenienz verfügen. Diesen systematisiert und auch bewertend im Rahmen dieser Reihe zum „Grundwissen zur Politischen Kommunikation“ aufzuarbeiten und darzustellen ist das primäre Anliegen dieser Übersicht. Ergänzt und erweitert wird es durch die Anreicherungen eigener Studien sowohl als Auswertungen quantitativen Datenmaterials für längsschnittlich-vergleichende Perspektiven als auch mit experimentellen Fallanalysen für die Erforschung einzelner tiefer greifender Aspekte. Heraus kommt ein kompaktes, mit Ansätzen und Befunden gespicktes Kompendium für alle einschlägigen, in der Kommunikationswissenschaft angesagten Dimensionen, bezogen auf die TV-Kampagnen und -duelle besonders in den USA, sodann in der Bundesrepublik von 2002 bis 2017.

Gemäß der bewährten Gliederungsstruktur in der Kommunikationswissenschaft unterteilen die Autoren ihre Übersicht in einführende Überlegungen zu Zielsetzung, Modus

und Methode der Debattenforschung, sodann in einen historischen Abriss, ferner in Referate über Debatteninhalte und -strategien, die bislang wenig erforscht sind. Untersuchungen über ihre Nutzung, die Rezipient_innen, deren soziodemografischen Merkmale und Motive, weiter über Erkenntnisse und Befunde der Wahrnehmung von Debatten, insbesondere der Sieger_innen, schließen sich an, und endlich – die am häufigsten gestellte, aber umstrittenste Frage – über ihre Wirkungen. Das vorletzte Kapitel befasst sich mit der zunehmenden simultanen Begleitkommunikation etwa mittels Social Media, aber auch mit der professionellen Nachberichterstattung und der kollektiven wie privaten Anschlusskommunikation. Das letzte fragt gewissermaßen in einem Resümee, ob und was nach sechzig Jahren Debattenforschung noch zu erforschen sei. Als Fazit lässt sich für alle Dimensionen festhalten, dass es die eine oder andere Erkenntnis, den einen oder anderen Befund gibt, etwa über Nachweise der Wirksamkeit einzelner Kampagnen, vor allem der stärkeren Beeinflussung durch die Postkommunikation gibt, der gesichert

und Forschungsstandard sein kann, dass aber jeweils auch relativierende oder gegenteilige Ergebnisse existieren. Daher kommen die Autoren – fast erwartungsgemäß – zu dem abschließenden Urteil, dass trotz der Vielzahl von Studien noch in allen Bereichen Defizite und Lücken bestehen, insbesondere, da es sich meist um singuläre Fallstudien handelt, aber hinsichtlich längerfristiger Kontinuitäten und Veränderungen sowie hinsichtlich der Unterschiedlichkeit der politischen Systeme evidente, zumindest plausible Übersichten fehlen. Gerade systemische Vergleiche bleiben in diesem Report Desiderate. Insgesamt liegt indes mit diesem Kompendium eine gründliche, sorgfältige Aufarbeitung der einschlägigen Debatten-Forschung vor, auf die sich zurückgreifen lässt, wenn man sich rasch umfassend informieren will, aber auch wenn auf dieser Erkenntnis- und Befunde-Basis weitere Forschungen angestellt werden sollen, die sich mit besagten umfangreicheren Perspektiven befassen und sie in größere theoretische wie empirische Kontexte einfügen wollen.

Hans-Dieter Kübler (Werther)