

## Besprechungen

*Frank Bledjian* und *Krista Stosberg*, Analyse der Massenkommunikation: Wirkungen, Bertelsmann, Düsseldorf 1972, 242 S.

Diese Arbeit stellt ein Teilergebnis der Forschungsgruppe „Massenkommunikation“ der Universität Erlangen/Nürnberg dar und vereinigt in sich zwei aufeinander bezogene Beiträge: *Frank Bledjian* handelt über die Wirkungen der Massenkommunikation auf die Einstellung der Rezipienten im allgemeinen, und *Krista Stosberg* unternimmt es, in einem Experiment präzierte Hypothesen über Einstellungswandel durch Massenkommunikation zu testen.

*Bledjian* strebt eine Systematisierung der Wirkungsfaktoren durch drei Variablenbündel (Stimulus, Situation, präkommunikative Einstellungsstruktur) an, wobei er dem dritten Bündel, der präkommunikativen Einstellungsstruktur, seine Hauptaufmerksamkeit widmet. Der Einstellungsbegriff „wird ... synonym zu ‚Attitüden‘ gebraucht“ (S. 21), und erscheint hier stark psychologisch ausgerichtet. Dieser Eindruck der psychologischen Vorherrschaft verstärkt sich zunehmend, etwa wenn *Bledjian* die „Reduktion ... soziologischer Variablen auf psychologische Variablen der Persönlichkeit des Rezipienten“ (S. 29) für machbar hält. Ob es dann wirklich so einfach ist, die Struktur der Massenmedien (etwa: Chance zur Rezeption alternativer Inhalte, Monopolisierung, Konzentration, Meinungsfreiheit) qua Reduktion zu erfassen? *Bledjian*: „Wenn die Kommunikatoren die Wünsche des Publikums antizipieren und sie bei der Aussagenproduktion berücksichtigen, dann findet der wirkungsrelevante Faktor „Struktur der Massenkommunikation“ seinen Niederschlag in der Aussage der Massenmedien, d. h. im kommunikativen Stimulus“ (S. 29). Solche Verniedlichungen hätte der Autor freilich bei einem Seitenblick auf die Ergebnisse kritischer Kommunikationsforschung, die sich schon bei *Lazarsfeld* artikulieren, besser vermeiden sollen. Und natürlich hat auch das Reduktionismus-Konzept hier Grenzen, die nicht ungestraft versetzt werden können. Am Beispiel furchterregender und drohender Aussageinhalte (S. 53 ff.) wird das ganze Dilemma der Wirkungsforschung indes offenbar: Daß nämlich trotz methodisch abgesicherter Experimente diametral entgegengesetzte Ergebnisse produziert werden können, und zwar deshalb, weil das dritte Variablenbündel, nämlich die Kommunikationssituation, überhaupt noch nicht erfaßt ist – ein im übrigen schon lange artikulierter Vorwurf (siehe etwa *S. Kraus*, *E. Al-Assal* und *M. L. De Fleur*: Fear