

KEPPLINGER, H. M. *Politikvermittlung*.  
Wiesbaden: VS Verlag für Sozial-wissenschaften, 2009.  
(Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation. Band 1).  
210 p. ISBN 978-3-531-16421-2

**PER CHRISTINA HOLTZ-BACHA**

*Professora de comunicació de la Universität Erlangen-Nürnberg*



### La mediació de la política – compilació

Amb aquest llibre, el prestigiós investigador alemany Hans Mathias Kepplinger presenta una recopilació dels seus articles sobre “Politikvermittlung”. Aquest terme significa ‘mediació de la política’ i també s'utilitza per analitzar la relació entre el sistema polític i el sistema de mitjans de comunicació, i qui actuen en aquests sistemes. Aquests articles, llevat d'un, han estat publicats abans en diferents llocs. Cobreixen més de 25 anys d'investigació en comunicació política, i abasten des de la conferència inaugural de Kepplinger a la Johannes Gutenberg-Universität Mainz el 1983, fins a publicacions més recents de 2008 i un capítol original escrit per a aquest llibre.

Kepplinger es va convertir en professor de la Johannes Gutenberg-Universität Mainz el 1982, on havia estat adjunt d'Elisabeth Noelle-Neumann durant la dècada dels setanta. Va estudiar ciències polítiques, comunicacions i història —una combinació que explica el seu interès per la comunicació política, un dels seus principals temes d'investigació des del començament de la seva carrera acadèmica.

La perspectiva predominant que adopta Kepplinger respecte a la comunicació política està basada en el camp dels efectes dels mitjans de comunicació. En aquest llibre, una de les preguntes clàssiques de la investigació, com influeix la televisió en la decisió de vot, està representada en un capítol que és una versió abreujada d'un llibre publicat per l'autor en col·laboració amb Hans-Bernd Brosius i Stefan Dahlem després de les eleccions parlamentàries alemanyes el 1990. Aquest estudi exposa una influència clara de la televisió i, en particular, de les seves representacions visuals en la percepció de la competència dels candidats i el seu caràcter. Encara que es basa en l'anàlisi de contingut, les conclusions d'un estudi elaborat amb motiu de les eleccions parlamentàries de 1998 emparen les conclusions anteriors. La investigació mostra que els candidats es beneficien de les orquestrades reeixides posades en escena dels seus actes de campanya: les reaccions positives de les seves audiències que es mostren en televisió solen anar acom-

panyades de comentaris positius per part dels periodistes i, per tant, milloren la impressió positiva per part de l'audiència.

Des de fa algun temps, però, Kepplinger també s'ha centrat en els efectes recíprocs dels processos de comunicació, és a dir, els efectes que la cobertura dels mitjans té sobre els seus protagonistes. En el cas de la comunicació política, els efectes recíprocs són causats, d'una banda, pels polítics, ja que es converteixen en el contingut de la cobertura dels mitjans, i, de l'altra, per l'ús de mitjans de comunicació específics per part dels polítics. Així, la cobertura dels mitjans de comunicació pot tenir conseqüències 1) sobre com els polítics es perceben a si mateixos i a la seva pròpia actuació, 2) en les opinions dels polítics sobre els assumptes públics, 3) en les suposicions dels polítics sobre l'eficàcia dels mitjans de comunicació, i 4) en forma d'experiència directa dels efectes, com ara estar content o enutjat pels comentaris positius o negatius dels mitjans de comunicació. Un capítol del llibre desenvolupa un enfocament sistemàtic dels diferents tipus d'efectes recíprocs mentre que altres capítols presenten els resultats de diferents enquestes a membres del parlament, que van ser preguntats sobre les seves experiències amb els periodistes i els mitjans de comunicació.

Les contribucions més recents es refereixen al concepte de mediatització, que ha arribat a una gran rellevància a Alemanya durant els últims anys. En aquestes contribucions, Kepplinger analitza la diferència entre la investigació entorn dels efectes dels mitjans i els estudis basats en el concepte de mediatització. Conclou que l'aparició de la investigació sobre mediatització indica un canvi de paradigma en l'anàlisi de la comunicació política: en particular, se centra en organitzacions com els parlaments, els partits o les empreses en lloc de les persones; en els efectes indirectes en lloc dels efectes directes, així com en la decidida racionalitat del comportament humà i, per tant, va més enllà de les explicacions causals; la investigació guiada pel concepte de mediatització vincula l'enfocament empíric amb la teoria dels sistemes polítics. En un altre capítol, escrit per a aquest llibre, Kepplinger també aplica el concepte de mediatització i les seves implicacions per racionalit-

zar el sistema polític i els mitjans de comunicació. Mentre que tots dos sistemes segueixen racionalitats diferents, els polítics cedeixen cada vegada més davant la racionalitat dels mitjans i els seus indicadors d'èxit, els horitzons temporals, les estratègies, les tàctiques i la voluntat d'assumir riscos. En funció de si els polítics adopten de fet els criteris d'èxit dels mitjans de comunicació, i fins a quin punt, Kepplinger preveu pèrdues funcionals importants per part del sistema polític. Tem que els actors polítics deixaran de costat la seva tasca de generadors de solucions a llarg termini per als problemes estructurals en benefici de l'èxit a curt termini.

Sens dubte es tracta d'una compilació excel·lent d'articles escrits per un dels principals experts en comunicació política d'Alemanya. No obstant això, el llibre presenta una col·lecció d'articles (rigorosament) resumits ja publicats que l'investigador interessat ha pogut llegir abans en la seva versió estesa. No hi ha cap subtítol que reveli la naturalesa del llibre com una antologia, i encara que l'anunci de la contraportada garanteix que alguns capítols han estat escrits per a aquesta publicació, el llibre inclou una única peça original. Així, en conjunt, el llibre és, d'alguna manera, una "enganyosa oferta", i, per desgràcia, l'autor no fa res per relacionar les parts, per exemple, en una introducció ampliada o en un capítol resum al final. Després d'una carrera acadèmica que abasta diverses dècades i gairebé 30 anys d'investigació en comunicació política, s'esperaria que l'autor s'hagués plantejat el repte no només de tornar a publicar els seus articles ja publicats, sinó de completar-los amb una síntesi global del seu treball.

A l'últim, cal destacar que el lector hauria agraït que els articles comptessin amb una bibliografia ordenada alfabèticament i no només amb llistes de notes finals en les quals les entrades, si es repeteixen, estan resumides i el lector ha de tornar enrere i buscar la primera entrada completa.