Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 28 (1976)

Heft: 24

Artikel: Immer Ärger mit den Medien : Radio und Fernsehen unter Machtverdacht [Schluss]

Autor: Menningen, Walter / Padel, Gerd H.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933202

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Immer Ärger mit den Medien

Radio und Fernsehen unter Machtverdacht

Zusammenfassung

Neun Thesen zur Wirkungsdiskussion

In einem Dutzend grundlegender Arbeiten hat die amerikanische Kommunikationswissenschaft vor rund 40 Jahren die bis dahin gültigen Vorstellungen über die Wirkung der Massenmedien auf den Kopf gestellt. Die These, dass Inhalt und Tendenz einer Aussage auch deren Wirkung beim Rezipienten entsprechen, wurde widerlegt. Mit diesem Ergebnis will man sich aber offensichtlich nicht abfinden. Kritiker der Forschungsergebnisse meinen, die Forschungen hätten mehr Fragen aufgeworfen als beantwortet. (Aber welche Forschung täte das nicht?) Die Unwissenheit ist aber so gross gar nicht. Wir wissen dank der Kommunikationsforschung über ganz fundamentale Wirkungs*mechanismen* Bescheid. Das Wichtigste ist:
– So verschieden die Menschen sind, so unterschiedlich reagieren sie auf Druck-Erzeugnisse und Sendungen der Massenmedien.
– Ihre Reaktion wird bestimmt durch Reihen von Faktoren: Erfahrung und Bildung, soziale Situation und persönliches Interesse, psychische und physische Disposition, Einflüsse des privaten und öffentlichen Bereichs, soweit sie auf direkten zwischenmenschlichen Beziehungen beruhen.
Diese Ergebnisse sind nicht gering zu veranschlagen. Sie besagen doch, dass die industrielle Massengesellschaft, dass Werbung und Massenkonsum das Individuum keineswegs zu zerstören vermochte – obgleich vielerlei äussere Gleichförmigkeiten dagegen zu sprechen scheinen. Damit ist keineswegs gesagt, dass die Kommunikationswissenschaft ihr Ziel erreicht habe und die Wirkungsforschung als abgeschlossen gelten könne. Aber die Aufgabe, die man ihr zuweisen will, nämlich durch Langzeituntersuchung letztlich doch *die Wirkung* der Massenmedien, oder genauer des Fernsehens, zu ermitteln, erscheint aussichtslos. *Die Wirkung* der Massenmedien – das meint hier ihr genau bestimmbarer und messbarer Einfluss auf Meinungen und Verhaltensweisen der Menschen. Es ist anzunehmen, dass auch nach fünf oder zehn und mehr Jahren Langzeituntersuchungen trotz dem inzwischen verfeinerten Forschungsinstrumentarium wieder mehr Fragen aufgeworfen als beantwortet sein werden. Solange man mit dem immer gleichen alten Vorurteil an die Untersuchungen herangeht, verleugnet man die Vielfältigkeit gesellschaftlicher Steuerungsmechanismen, weil man nur einen Einflussfaktor, nämlich die Massenmedien, als Herrschaftsinstrument ausmachen will.
Presse, Radio, Fernsehen und auch das Buch und der Film haben erhebliche Auswirkungen, sichtbar und fühlbar für alle, gesellschaftliche Auswirkungen, mit denen die Gesellschaft leben und auch fertig werden muss. Und dass dies heute vorurteilsfreier geschehen kann – geschehen könnte, muss man wohl sagen –, das ist das Verdienst der amerikanischen Kommunikationsforschung, die zunächst einmal mit einigen grundlegenden Irrtümern und Fehlannahmen aufräumt. Man sollte die Suche nach dem perfekten Herrschaftsinstrument aufgeben. Das Fernsehen kann es so wenig

sein wie die Inquisition oder die Geheimpolizei früherer Jahrhunderte und Jahrzehnte. Das schliesst nicht aus, weiter Wirkungsforschung zu betreiben, um Funktion und Stellenwert der Massenmedien im gesamtgesellschaftlichen Entwicklungsprozess genauer zu ermitteln. Die weiteren Untersuchungen sollten von den bisherigen Ergebnissen ausgehen:

1. Mit den Massenmedien hat sich unser Alltag verändert, auch unsere Lebensgewohnheiten, wie mit allen Neuerungen der modernen Industrie- und Konsumgesellschaft. Zunächst jedoch nicht durch die von ihnen verbreiteten Inhalte, sondern allein durch ihre Existenz, wie einst das elektrische Licht, die Dampfmaschine, das Fliessband, die Schulpflicht oder der Massentourismus.
2. Alle technischen Neuerungen haben bisher zu grösserer gesellschaftlicher Mobilität, zur Erweiterung des Bildungs- und Erfahrungshorizonts, ganz allgemein zur Beschleunigung gesellschaftlicher Prozesse beigetragen. Das gilt zweifellos in besonderem Masse für die Massenmedien und den durch sie möglich gewordenen massenhaften Informationsaustausch.
3. Die massenhafte Verbreitung von Nachrichten, Informationen und Meinungen erreicht über die Massenmedien heute die ganze Bevölkerung. Von den gesellschaftlichen Beschleunigungsprozessen werden also alle erfasst. Das verlangt von allen Anpassung und Bewältigung. Aber wie die Menschen unterschiedlich etwa auf die Verkehrslawine reagieren, so auch auf die Massenmedien. Seit langem hält man die Verkehrserziehung für unerlässlich. Wann erkennt man die Notwendigkeit der Medienerziehung?
4. Nicht alles, was die Massenmedien verbreiten, erreicht den Empfänger. Auch aus den Programmen, die er lediglich über sich ergehen lässt, nimmt er vornehmlich auf, was in sein Weltbild passt, sofern er die Inhalte überhaupt versteht. Fühlt er sich durch ein Programm verunsichert, weil es ihn einerseits interessiert, er es aber nicht versteht oder weil es nicht in sein Weltbild passt, aber die Darbietung ganz überzeugend ist, dann wendet er sich an seine soziale Umgebung, Verwandte, Freunde, Arbeitskollegen, um sich Gewissheit zu verschaffen.
5. Massen*emission* ist noch nicht Massen*kommunikation*. Kommunikation entsteht erst bei der Verarbeitung von Medieninhalten im direkten zwischenmenschlichen Gedankenaustausch. Dieser findet in dem für den einzelnen bestimmenden sozialen Umfeld statt. Hier wird das Programm der Massenmedien ständig diskutiert, interpretiert, korrigiert und ergänzt. Der Informations- und Meinungsbildungsprozess ist also mehrstufig, er wird stark geprägt durch die soziale Gruppe, ihre Normen und Meinungsführer.
6. Die Massenmedien sind keine selbständigen, autonomen Meinungsmacher, sondern die Journalisten und Programmacher unterliegen den gleichen sozialen und politischen Einflüssen wie andere Menschen auch. Sie sind selbst Empfänger, während ihrer Arbeit, beim Recherchieren und Schreiben, angewiesen auf Quellen und Informanten. Sie sind Kommunikatoren nur in der Spanne, in der sie das Ergebnis ihrer Arbeit verbreiten. Die gesamtgesellschaftliche Entwicklung bestimmt also den Inhalt der Massenmedien. Richtig dabei ist, dass nicht die schweigende Mehrheit die Themen der öffentlichen Meinung und damit den Inhalt der Medien in erster Linie beeinflusst, sondern die aktiven intellektuellen und politischen Kräfte.
7. Die Massenmedien unterliegen einer ständigen Konkurrenz und Korrektur durch informelle und gruppengebundene Kommunikationssysteme, die auch *Massen*kommunikationssysteme sein können. Hierdurch wird auch die Rückkoppelung im Massenkommunikationsprozess gewährleistet, die man bisher als nicht gegeben ansah.
8. Meinungswandel und Änderung der Verhaltensweisen müssen keineswegs Hand in Hand gehen. Alle äusserlichen Anpassungsvorgänge stellen Veränderungen von Verhaltensweisen dar. Sie können durch Moden, durch Zwänge der modernen Technik im privaten Bereich wie im Arbeitsleben bestimmt sein. Eine Kirche, die ihre Missionare mit dem Flugzeug losschickt, muss damit keineswegs ihre Meinung über Sinn und Zweck der Mission gewandelt haben.

9. Ein Meinungswandel kann aber durch äussere Anpassungszwänge eingeleitet werden: durch sozialen Aufstieg, Arbeitsplatz- und Wohnortwechsel, durch Erlebnis, Erfahrung und Bildung. Durch Massenmedien verbreitete Informationen und Meinungen können Entwicklungen, die durch soziale und wirtschaftliche Einflüsse in Gang gekommen sind, beschleunigen, aber durchaus auch hemmen.

Walter Menningen

Wegweiser zum Medien-Verständnis

Mit dem folgenden Beitrag beenden wir die Serie «Immer Ärger mit den Medien – Radio und Fernsehen unter Machtverdacht». DRS-Regionaldirektor Dr. Gerd H. Padel zieht eine Schlussbilanz, die in Forderungen ausmündet nicht nur an die Mitarbeiter von Radio und Fernsehen selbst, sondern auch an die Kommunikationswissenschaftler, an die Medienpublizisten, an die Erzieher und an die Politiker. Es wäre zu hoffen, dass in Zukunft die Medienwirkung differenzierter beurteilt würde. Die Serie wird im Verlauf des Jahres 1977 vom Presse- und Informationsdienst DRS als Separatdruck herausgegeben.

Ein tröstlicher Gedanke vorweg: Der Ärger mit den Medien, dessen Hintergründe Walter Menningen so einleuchtend ausleuchtet, diesen Ärger gibt es nur im freien, demokratischen Staat, in einer «offenen Gesellschaft». Nur hier ist es möglich, dass die elektronischen Medien, die sich gerne als Diener der Nation verstanden sehen möchten, so beharrlich als deren Verführer verdächtigt und deswegen – in seltener und bemerkenswerter Übereinstimmung von «links» und von «rechts» – als Prügelknaben auserkoren werden. Nur hier bemüht sich die Wissenschaft seit Jahrzehnten um die Erforschung der tatsächlichen Medienwirkung – wie wir gesehen haben bisher ohne überzeugenden Erfolg. Und nur hier grassiert infolge dieser Unsicherheit weiterhin die Angst vor der angeblich eigenständigen, manipulatorischen Macht der Medien – eine Angst, die Aggressivität erzeugt und die die Integration der «Prügelknaben» in die Gesellschaft so beharrlich erschwert. Im autoritären oder totalitären Staat ist das – wie so vieles andere in seinem politischen und gesellschaftlichen Leben – einfacher, geregelter und öder. Dort sind die Medien weder Diener noch Verführer oder gar Prügelknaben, weder Promotoren einer ungewissen Entwicklung noch Stifter unbequemer Unruhe, sondern sklavisches Sprachrohr der politischen Macht und der Kräfte der Beharrung. Dort ist ihre Integration in die Gesellschaft kein Problem, sondern befohlene Wirklichkeit.

Wir könnten es uns – von dieser Überlegung ausgehend – nun leicht machen und den Schluss ziehen, dass wir uns deshalb mit dem Zustand, den Walter Menningen geschildert hat, abzufinden hätten, ja eigentlich mit ihm zufrieden sein, jedenfalls aber mit ihm leben müssten, weil er eben unserer staatlichen und gesellschaftlichen Ordnung entspricht. Nun, leben müssen wir – wenigstens in unserer Generation – wohl noch eine Weile mit diesen Missverständnissen und mit den darauf beruhenden Auseinandersetzungen. Damit abfinden aber sollten wir uns, so scheint mir, nicht.

Aufgerufen, sich mit dem Problem der Wirkung der Medien – und damit implizit auch mit der Definition ihrer Aufgabe in der demokratischen Gesellschaft – zu beschäftigen, ist zunächst und weiterhin die Wissenschaft. Dass dabei auch ihre Jünger beherzigen mögen, was Menningen über den «manipulativen Charakter der Fachsprache» sagt und dass sie sich bemühen werden, im Interesse ihrer eigenen Wirksamkeit ihr «Kommunikationschinesisch» in eine verständliche Umgangssprache zurückzuführen, ist zu hoffen.

Angesprochen sind aber auch die Medien selbst, ihre Leiter und ihre Mitarbeiter. Sie müssten es sich weit mehr als bisher zur Aufgabe machen, ihren Auftrag, ihre Zielsetzung, ihre Arbeit mit deren Bedingtheiten und Begrenzungen für ihr Publikum

durchschaubarer zu gestalten und sie damit zu «entdämonisieren» und ihre Überschätzung als eigenständige Machtinstrumente abzubauen. Gleichzeitig müsste bei der Ausbildung und Weiterbildung der Medienmitarbeiter grösseres Gewicht auf die Förderung ihres Rollenverständnisses und die Verhinderung ihrer eigenen Selbstüberschätzung gelegt werden, die oft genug auf seiten ihrer Kritiker zum Feindbild der «Medienarroganz» ausgemalt wird.
Zu hoffen wäre, dass ein solcher Prozess vermehrter und verbesserter Selbstanalyse, Selbstdarstellung und Selbstkritik dazu beitragen könnte, dass alle Publizisten, die sich berichtend oder kritisch mit den Medien zu befassen haben, künftig eher bereit wären, auf die billigen Klischees von den «Medienbossen», den «Radio- und Fernsehgewaltigen» und den «Hierarchen» zu verzichten. Vielleicht gelänge es dann auch eher, den Irrglauben zu beseitigen, der – je nach Standpunkt – Angst, Ressentiments oder gar Hoffnungen weckt, nämlich: dass es heute in unserer Staats- und Gesellschaftsform noch möglich sei, Medien mit den gleichen Methoden zu leiten und zu führen, wie weiland ein altpreussisches Garderegiment!
Der Ruf, sich um eine realistische Einschätzung der Rolle und der Wirkungsweise der Medien im Bezugssystem unserer Gesellschaft zu bemühen und damit ihre Einordnung und ihre vernünftige Nutzung zu fördern, richtet sich aber auch an die Erzieher aller Stufen, vom Elternhaus bis zu den Hochschulen.
Und schliesslich ist zu hoffen, dass die Überlegungen von Walter Menningen auch bei möglichst zahlreichen Politikern Eingang finden und sie – hinweg von übertriebenen Befürchtungen, aber auch von allzu hochgeschraubten Hoffnungen – zu wirklichkeitsnäheren Beziehungen mit den Medien führen, zum Beispiel zu der Einsicht, dass unsere politische Zukunft zwar *auch,* aber keineswegs ausschliesslich oder in erster Linie von Radio und Fernsehen geprägt wird und dass die Medien sich bei uns weder ihrer Natur nach, noch aufgrund der Erwartungen ihres Publikums als «Nürnberger Trichter» eignen, mit dem man einem unwilligen Volk nach Belieben politische Weisheiten einflössen kann.
Ich fürchte, dass der amerikanische Präsident einer differenzierten Betrachtung der Wirkungsmöglichkeiten der Medien keinen guten Dienst erwiesen hat, als er kurz nach der Wahl seinen Erfolg den Auswirkungen der drei Fernsehdebatten mit seinem Gegner zuschrieb. Mit gleichem Recht und ebenso vereinfachend hätte er sagen können, dass er seinen Aufstieg zur Präsidentschaft einer Zeitung verdankte, nämlich der «Washington Post», die massgeblich zum Sturze von Präsident Nixon beigetragen hatte... Womit nur nochmals unterstrichen sei, dass wir bei der Erarbeitung der Kenntnisse und Erkenntnisse um die Rolle und die Wirkungsweise der Medien in unserer Gesellschaft noch einen langen Weg vor uns haben. Walter Menningen hat uns einige Wegweiser gesetzt, nach denen wir uns richten können, besonders da sie in verdankenswerter Weise in Klarschrift markiert sind!

Gerd H. Padel
Direktor Radio und Fernsehen DRS

Die 23. Westdeutschen Kurzfilmtage Oberhausen

Sie finden vom 25. bis 30. April 1977 in der Stadthalle Oberhausen statt. Die 9. Informationstage mit Kurzfilmen aus der Bundesrepublik Deutschland und West-Berlin finden vom 22. bis 24. April 1977 statt. Anmeldeschluss für Filme zu den Informationstagen und zu den Internationalen Westdeutschen Kurzfilmtagen ist der 1. April 1977. Reglements und Anmeldeunterlagen können bereits jetzt angefordert werden.
Der Festivalkommission der 23. Westdeutschen Kurzfilmtage gehören an: die Filmkritiker Beatrix Geisel, Eva Hoffmann, Christa Maerker, Horst-Diether Kalbfleisch, Hans-Joachim Schlegel, Peter B. Schumann, Hans Strobel für die Arbeitsgemeinschaft der Filmjournalisten, Wolfgang Pfalzgraff für den Deutschen Volkshochschulverband, Hartmut Boblitz für den Landesverband der Volkshochschulen in Nordrhein-Westfalen und Wolfgang Ruf als Leiter der Westdeutschen Kurzfilmtage.