

Karin Wolff, die hessische Kultusministerin, wurde unlängst mit der Behauptung zitiert: „Fernsehen macht dick, dumm und gewaltbereit.“ Das ist ein bemerkenswert apodiktisches Urteil. Natürlich zielte Frau Wolff nicht auf den gewöhnlichen TV-Konsumenten, sondern auf jene Gruppe von Fernsehzuschauern, die man in der amerikanischen Medienforschung als „heavy viewers“ bezeichnet, die mindestens doppelt so viel Lebenszeit vor dem Bildschirm verbringen wie der Durchschnitt, dabei Fast Food verzehren und/oder Chips knabbern und Cola, Limonade oder Bier trinken. Das macht dick.

„Fernsehen an sich“ gibt es nicht. Es gibt in Deutschland Hunderte von TV-Formaten, mehrere Dutzend Sender können per Kabel oder Satellit empfangen werden. Es gibt öffentlich-rechtliche und private Fernsehveranstalter, die um die begrenzte Ressource „Aufmerksamkeit“ wetteifern. Es gibt den informatorischen und kulturellen Grundversorgungsauftrag an die öffentlich-rechtlichen Programme und das Diktat der Einschaltquote für die auf Werbeeinnahmen angewiesenen privaten Veranstalter. Und es gibt – ausschließlich in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft – den Informations- und Ereigniskanal Phoenix, der dem Informationsauftrag in vorbildlicher Weise nachkommt. Es gibt das von ARD, ZDF, ORF und SRG getragene Satelliten-Programm 3sat, das ein anspruchsvolles Kulturprogramm anbietet, und es gibt den deutsch-französischen Kulturkanal Arte,

der sich der europäischen Kultur verpflichtet hat. Diese drei Programme zusammen haben eine Einschaltquote deutlich unter fünf Prozent, weil sie anspruchsvoll sind und man durch sie klüger wird. Die überwiegende Mehrheit der Fernsehformate, auch eine Mehrheit der öffentlich-rechtlichen, bekennt sich zum Primat exzessiver Unterhaltung, die man sich gar nicht naiv, primitiv und anstößig genug vorstellen kann: Gerichtsshows, Fragespiele, Verkaufssendungen, Wahr-sagerinnen-Formate und vor allem unsägliche Talkshows mit unsäglichen Themen und unsäglichen Moderatoren und Gästen machen den Alltag der Programme aus. Paul Nolte hat hierfür die Vokabel „Unterschichtenfernsehen“ in Umlauf gebracht, andere Kritiker wollen das Kürzel TV höhnisch mit „Totaler Verblödung“ auflösen. Auch dazu gibt es Forschungsergebnisse.

Das Kriminologische Forschungsinstitut Niedersachsens unter der Leitung seines Vorstandes Professor Christian Pfeiffer hat eine Studie vorgelegt, die deutlich macht, dass der Besitz eines eigenen TV-Gerätes und der eines eigenen Computers zehnjährigen Schulkindern deutlich schlechtere Zensuren in den Fächern Deutsch, Mathematik und Sachkunde beschert. Schon vor Jahren formulierte Ulrich Saxer und Heinz Bonfadelli – die schweizerischen Autoren der Wissensklüfftforschung – als *summa* ihrer Erkenntnisse: Fernsehen macht die Klugen klüger und die Dummen dümmer. Es sind die weniger gebildeten und jüngeren Zu-

schauer, die sich der Dauerberieselung durch vorwiegend private Programme aussetzen. Also auch hier hat Frau Wolff recht: Zu viel Fernsehkonsum macht dumm.

Gewalt im Fernsehen

Dick und dumm zu sein ist nicht gesellschaftsschädigend. Jeder hat die Freiheit der Entscheidung, welche und wie viel Nahrung er seinem Körper zumutet und mit welchen Inhalten er seinen Kopf speist und welche er ihm verbietet. Aber mit der Frage, ob das Fernsehen Gewaltbereitschaft fördert, nähern wir uns der Herausforderung der rechtsstaatlichen Demokratie durch das Fernsehen. Jeder Staat beansprucht für sich das Gewaltmonopol und fordert Gesetzestreue von seinen Bürgern, wozu vor allem der Gewaltverzicht gehört.

Über die Wirkung fiktionaler und nonfiktionaler Gewaltdarstellungen im Fernsehen ist seit Jahren in Amerika und Europa viel geforscht worden. Es gibt kein eindeutiges Ergebnis, aber eine Vielzahl von Indizienbeweisen. Wer sich zum Beispiel einem exzessiven Fernsehkonsum aussetzt, entwickelt zehnfach höhere Furcht, selbst Opfer von Gewalt zu werden, als es die Kriminalitätsstatistik wahrscheinlich macht. Es wurde einmal ausge rechnet, dass an jedem Tag in den empfangbaren Fernsehprogrammen fünfhundert Menschen fiktional ermordet und dreimal mehr schwer verletzt werden.

Bevor ein Kind in die Schule kommt, hat es selbst bei restriktivem Fernsehkonsum einige Hundert fiktive Morde verfolgen können. Die meisten Morde werden durch Gewalthandlungen vorbereitet. Der kleine und auch der erwachsene TV-Konsument lernen, dass es Alternativen zur Gesetzestreue gibt. Es gibt – vor allem im Auftrag der Fernsehveranstalter – auch Forschung nach Beweisen, dass Gewaltdarstellung im Fernsehen

keinerlei negative Wirkungen auf Kinder, Jugendliche und Erwachsene hat. Belastbare Ergebnisse für die Wirkungslosigkeit wurden nicht gefunden. Deshalb muss man annehmen, dass die Gewalt im Fernsehen zu einer schleichenden Delegitimierung des staatlichen Gewaltmonopols führt, von Videos, DVDs und Computerspielen ganz zu schweigen.

„Legitimation durch Kommunikation“

Zu Beginn seiner Kanzlerschaft definierte unser früherer Bundeskanzler Gerhard Schröder das mediale Handwerkszeug. Er meinte: „Zum Regieren brauche ich nur die *Bildzeitung*, die *BamS* und die *Glotze*.“ Da man sowohl die *Bildzeitung* wie auch ihre Sonntagsausgabe als gedrucktes Fernsehen verstehen kann, konzentrierte ich mich im Folgenden auf das Fernsehen. Zuvor aber einige analytische und theoretische Bemerkungen über unser Regierungssystem: Die liberale Demokratie ist ein kompliziertes System von Machtbeziehungen zwischen Bürgern, Verbänden, Parteien, Parlament und Regierung. Das lenkt die Aufmerksamkeit auf die politische Kommunikation. Das parlamentarische Regierungssystem kann nur dann die angeforderte Ordnungsleistung erbringen, wenn es transparent ist. Die Durchsichtigkeit der Machtbeziehungen, der Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse wird zum immer erneuerungsbedürftigen Legitimationsbeweis des Systems gegenüber den Bürgern. Die Komplementarität von Effizienz und Transparenz ist Voraussetzung seines politischen Erfolges und seiner Stabilität. Heinrich Oberreuter hat schon vor vielen Jahren pointiert die Gesamtaufgabe des Parlaments als „Legitimation durch Kommunikation“ charakterisiert, denn die Struktur der politischen Willensbildung im parlamentarischen Regierungssystem sei als kommunikativ vermittelte Repräsentation zu verstehen.

Durch sie werde die parlamentarische und vorparlamentarische Willensbildung verstärkt.

Die Kommunikation über politische Inhalte, das Bereitstellen und der Austausch von Informationen über politische Meinungen und Absichten, Ereignisse und Zusammenhänge werden so zu entscheidenden Voraussetzungen für die Funktionsfähigkeit des politischen Systems. Weil das Parlament in der liberalen Demokratie nicht allein die Hauptlast der politischen Integration zu leisten hat, weil den Bürgern und den gesellschaftlichen Organisationen eine Beteiligungs chance eingeräumt werden muss, ist die prinzipielle Offenheit politischer Kommunikation Voraussetzung für Integration, für Stabilität wie auch für Legitimität dieses Regierungssystems. Otto B. Roegle ist zuzustimmen, wenn er immer wieder feststellte, das vom Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland postulierte Jedermanns-Recht auf ungehinderten Zutritt zu den Quellen der Information über öffentliche Dinge stellte nichts anderes dar als die konsequente und systemgerechte Anwendung des Selbstbestimmungsprinzips in der Kommunikation.

Die zunehmende Komplexität des politischen Prozesses (hier mit Stichworten wie Spezialisierung, Arbeitsteilung, wachsender Staatstätigkeit, Bürokratisierung, schwächer werdenden Mehrheiten, Globalisierung, terroristischen Herausforderungen nur angerissen) stellt an die politische Kommunikationsfähigkeit des parlamentarischen Regierungssystems wachsende Ansprüche.

In der dreifachen Herausforderung durch Sachverständ und Sachzwang, durch organisierte Interessen und durch die militanten Partizipationsforderungen flüder Gruppen kann dieses Regierungssystem seine Legitimation nicht nur formal begründen. Es kann sie nicht nur durch Beweise seiner gelegentlich auch bezweifelbaren Effizienz untermauern.

Es muss seine Legitimation auch kommunikativ ständig unter Beweis stellen, wenn sie nicht ebenso ständig bestritten werden soll. Dies ist nur von einem Massenkommunikationssystem zu leisten, das – spiegelbildlich zur Gesellschaft – pluralistisch organisiert und so offen ist für das politische Gespräch der Gesellschaft über sich und mit sich selbst. Die Medien müssen sich ihrer Funktion für das politische System bewusst werden und dürfen sich nicht als autonomes Zentrum verstehen, das mit dem politischen System konkurriert.

Medium für die Massen

Dies lenkt die Aufmerksamkeit auf das Fernsehen: Trotz des neuen Massenmediums Internet ist das Fernsehen das wichtigste Massenkommunikationsmittel, gemessen an seiner Reichweite und an seiner Nutzung. 2007 verfügten 98 Prozent aller Haushalte in Deutschland über mindestens einen Fernsehapparat, verbrachte der von der Statistik konstruierte Durchschnittsbürger täglich fast dreieinhalb Stunden vor dem Bildschirm (220 Minuten) und las 28 Minuten lang Zeitung.

Vor zwanzig Jahren war dies noch anders. Der durchschnittliche Fernsehkonsum betrug damals zwei Stunden gegenüber einer 45-minütigen Zeitungslektüre. Die hohe Glaubwürdigkeit des Fernsehens gründete in der Suggestion, die Wirklichkeitstreue der sprachlich angebotenen Information könne durch Bilder und Filme bewiesen werden. Allerdings ist die Explosion des Fernsehkonsums auch dadurch bewirkt, dass Fernsehen immer stärker zu einem Nebenbei-Medium geworden ist: Das TV-Gerät ist eingeschaltet, auch wenn es nicht die volle Aufmerksamkeit des Zuschauers erfährt.

Der Visualisierungzwang oder – wie Ulrich Hommes ihn genannt hat – der „Zeigezwang“ führt zu einer bevorzugten Darstellung von Ereignissen, auf welche die Kamera gerichtet werden kann.

Gefilmt werden können immer nur konkrete Dinge, Ereignisse und Personen. Doch deren jeweilige Bedeutung wird nur verständlich in ihrer Beziehung zu meist abstrakten, unsichtbaren und deshalb nicht zeigbaren Zusammenhängen. Hinzu kommt, dass das Fernsehen bei den zeigbaren Ereignissen deren Oberflächenstruktur bevorzugt. So wird die Politik verkürzt auf das Vorzeigbare, zentriert sich die Information auf die politischen Persönlichkeiten. Claudia Mast hat nachgewiesen, dass es immer nur wenige Politiker sind, die im Fernsehen zu Wort kommen, entweder weil sie hohe Funktionen bekleiden oder weil sie Positionen vertreten, die von der Politik ihrer Parteien abweichen.

Die Situationen, in denen politische Persönlichkeiten auf dem Bildschirm gezeigt werden, sind nicht beliebig zu erweitern. Deshalb wird das Handeln der politischen Prominenz in wenigen, immer wiederkehrenden Situationstypen wie Staatsbesuchen, Pressekonferenzen, Sitzungsbeginn, Diskussionsrunden gezeigt. Mit dieser Ritualisierung der politischen Situationen und mit der Personalisierung der Politik hat das Fernsehen einen Weg eingeschlagen, der die wirklichen, nicht visualisierbaren Willensbildungs- und vor allem Entscheidungsprozesse ausblendet. Die zunehmende Komplexität und Abstraktion politischer Probleme sind in ihrer Mehrdimensionalität fast nur noch in Ausschüssen und Expertendiskussionen in Parlament und Regierung erkennbar. Für das Fernsehen werden sie unvermittelbar.

Gebot der Aktualität

Ritualisierung und Personalisierung der Politik durch den Visualisierungzwang des Fernsehens gehen Hand in Hand mit den Auswahlkriterien „Verknappung“ und „Aktualität“. Diese Kriterien gelten für alle Massenmedien. Aber das Fernsehen komprimiert sie zu einem engen Fil-

ter, den nur solche Informationen passieren, die fähig sind, sich in knappster Verdichtung als neu gegenüber dem Vorhandenen auszuweisen. Vor allem das Fernsehen hat Neuheit mit einem so hohen Wert versehen, dass Otto B. Roegele von „strukturbedingter Neophilie“ spricht.

Nachrichtenfähig sind vor allem Mitteilungen, die eine Veränderung anzeigen. Die Annahme, dass sich diese Präferenz des Fernsehens für das Neue allein auf die Nachrichtensendungen im engeren Sinne bezieht, ist unzutreffend; sie gilt für nahezu alle Programmangebote mit Ausnahme der Unterhaltung. Die Dominanz der Aktualität setzt das Vorhandene unter einen Rechtfertigungsdruck; sie bewirkt eine größere Präsentationschance für Krisenporträts wie generell für Signale der Veränderung. Vor allem wirkt das Fernsehen mobilisierend für neue Ideen, Entwicklungen, Produkte und Technologien, die ihrerseits einen hohen Erwartungshorizont entfalten.

Wachsende Komplexität

Aber das Gebot der Aktualität hindert das Fernsehen daran, sich der ebenso wichtigen Demobilisierungsaufgabe zu stellen: nämlich die Grenzen, Kosten, die unerwarteten und langfristigen Folgen von Modernisierungsprozessen aufzuzeigen oder aber die positiven Entwicklungen zunächst negativ bewerteter Ereignisse darzustellen. So beschränken Visualisierungzwang und Präferenz für Neues und Negatives als die spezifischen Produktionsbedingungen des Fernsehens dessen Fähigkeit, Entwicklungen und Zusammenhänge darzustellen. Sie machen die Frage dringlicher, ob die vom Fernsehen geleistete „Reduktion der Komplexität“ – um ein Stichwort von Niklas Luhmann aufzugreifen – zu einer Veränderung der Kommunikationsbedingungen geführt hat, unter denen die politischen Gruppierungen in der liberalen Demokratie um Zustimmungsbereit-

schaft kämpfen. In das Zentrum der Fragestellung rückt so die politische Urteilsfähigkeit des Bürgers, an die die liberale Demokratie höhere Anforderungen stellen muss als jede andere politische Ordnung. Staatsbürgerliche Erziehung und politische Bildung können bestenfalls Grundlagen schaffen. Die politische Urteilskraft des Bürgers muss sich jedoch schärfen durch die Kommunikation über die laufenden Ereignisse der Politik. Gut informiert zu sein als Voraussetzung politischer Urteilsfähigkeit verlangt nicht nur die Kenntnis politischer Tagesereignisse, sondern vor allem Wissen um politische Zusammenhänge und Entwicklungen.

Verwirrende Informationsflut

Die Medien überfluten den „Orientierungswaisen“ (Hermann Lübbe) mit einer nicht endenden Fülle von Informationen und Teilinformationen, die bei mangelnder Verarbeitungs- und Einordnungskapazität einen desinformierenden Charakter erhalten können. Der Einzelne wird erdrückt vom Zwang, Stellung zu nehmen, und seiner Unfähigkeit, die Informationsflut zu verarbeiten, um so eine Grundlage für die Stellungnahme zu schaffen. Weil sein Vertrauen in Institutionen geschwächt ist, verliert er die Unterscheidungskraft, Unwesentliches vom Wesentlichen zu trennen, Zufälliges vom Regelmäßigen, Behauptetes vom Tatsächlichen, Meinungen über die Wirklichkeit von der Wirklichkeit selbst. Je mehr der Bürger das Fernsehen als Hauptquelle politischer Information benutzt, desto abhängiger wird sein Welt- und Wirklichkeitsverständnis von der durch das Fernsehen vorgeprägten Realität. Gefährdet wird seine Fähigkeit, sich mit der Komplexität des Politischen auseinanderzusetzen, weil das Medium Fernsehen – anders als zum Beispiel die Tageszeitung – Schwierigkeiten hat, komplexe Zusammenhänge darzustellen.

Analytiker und Demoskopen stimmen darin überein, dass sich die politischen Kenntnisse der Bevölkerung und ihr Informationsstandard auch hinsichtlich aktueller Sachfragen nicht erhöht haben. Dies gilt allerdings nicht für die Kenntnis der politischen Persönlichkeiten. Der Bekanntheitsgrad der Spitzopolitiker hat enorm zugenommen. Dies gilt vor allem für die Zeit nach der Aufhebung des öffentlich-rechtlichen Monopols und das Hinzutreten zahlreicher privater Fernsehveranstalter. Dies und auch der Befund, dass die Sympathiekurve der Politiker deutlich stärkere Ausschläge zeigt als die der Parteien, lässt vermuten, dass die Personalisierung der Politik im Fernsehen durchaus die politischen Perzeptionen des Publikums beeinflusst. Es wird erkennbar, dass Fernsehen zur Primärquelle der Information über die Umwelt werden kann, soweit sie sich der unmittelbaren Beobachtung entzieht. Und dies ist wohl umso häufiger und nachhaltiger der Fall, je weniger der Fernsehzuschauer andere Medien benutzt und je weniger er in ein Geflecht dialogischer Kommunikation eingebettet ist. So kann vermutet werden, dass das Fernsehen aufgrund seiner Ubiquität und Omnipräsenz, der Intensität seiner Nutzung und seiner Glaubwürdigkeit die Vorstellungen von der Realität stärker prägt als jedes andere Medium.

Die Kommunikationsforschung hat Jahrzehntelang von der These gelebt, dass die Massenmedien nur eine bestätigende Wirkung für das politische und kulturelle System hätten. Weil sich jedoch das Fernsehen in seinen Produktions- und Rezeptionsbedingungen erheblich von den Printmedien und auch vom Hörfunk unterscheidet, kann die Bestätigungsthese nicht ungeprüft auf das Fernsehen übertragen werden. Elisabeth Noelle-Neumann hat für die Bundesrepublik Deutschland gezeigt, dass das Fernsehen – vor allem bei ungefähr gleicher Stärke

der politischen Gruppierungen – nachweisbare politische Effekte zugunsten der einen und zulasten der anderen Gruppierung ausüben kann. Dies gelingt nicht zuletzt deshalb, weil die hohe Authentizität des Fernsehens und seine produktionsbedingte Verkürzung politischer Informationen und Themen eine Simplifizierung in der Politik bewirken.

Die starke Vereinfachung politischer Vorgänge durch das Fernsehen fördert die Fiktion, politische Probleme seien leicht zu verstehen, ihre Lösung sei nur eine Frage des guten Willens. Politik wird aus den Erfahrungen und Normen des Privatlebens interpretiert, so eingängig gemacht und verstanden. Vermittelt wird durch das Fernsehen eher Atmosphärisches als Sachliches, eher die Erscheinung von Konflikten als deren Anlässe, Strukturen und Ursachen. Auf diese Weise werden die Möglichkeiten einer eigenständigen Bewertung von konfliktbehafteten Ereignissen verringert. Es muss vermutet werden, dass sich die politischen Vorstellungen und Forderungen des Fernsehpublikums von der komplexen Realität mit noch unbekannten Folgen entfernen. Das Fernsehen kann die komplizierten Machtbeziehungen im parlamentarischen Regierungssystem offensichtlich nicht einsichtig machen. Visualisierungzwang und Personalisierung verlagern das Schwergewicht seiner politischen Information vor allem auf die Exekutive; sie entziehen dem Parlament öffentliche Aufmerksamkeit und damit auch Verständnis für seine Funktionen im politischen System.

Journalistisches Selbstverständnis

Die liberale parlamentarische Demokratie muss mit einer politischen Sozialisationsinstanz rechnen, die sich ihrer Funktion für das politische System nicht immer bewusst ist und sich nicht in gebotener Weise an der Bildung und Formulie-

itung jenes Minimalkonsenses beteiligt, den dieses Herrschaftsmodell zum Überleben benötigt. Weil es sich bei Journalisten um eine Gruppe von Mitbürgern handelt, die – jedenfalls in Deutschland – sich mehr für die Zukunft als für die Herkunft, mehr für Ideen als für Fakten, mehr für Entwicklungen als für Strukturen interessieren, wird im deutschen Mediensystem die Information von der Meinung dominiert.

Priorität genießen die Aktualität, die Sensation, das Außergewöhnliche, das Atypische, das Aparte, das Gegen-den-Strich-Gekämmte, das dem journalistischen Fortschrittsverständnis Verpflichtete, das von Journalisten als zukunftsorientiert Angesehene. Das Normale, das Notwendige hingegen, das Selbstverständliche, das Alltägliche und auch das, was Journalisten als Gegenwarts- oder Vergangenheitsorientierung missverstehen, kommen zu kurz. Es bedarf eines Berufsethos der Journalisten, das sie sich ihrer Verantwortung für das Überleben der Demokratie stärker bewusst werden lässt. Aber auch die Benutzer der Medien sind nicht hilflos den Botschaften der Medien ausgeliefert. Sie können sich die Kenntnis der Bedingungen aneignen, unter denen die Informationen der Medien zustande kommen, und sie können die Erkenntnisse der Medienpädagogik benutzen, um die Manipulationsmechanismen zu durchschauen. Aufklärung heißt heute, sich von den Zwängen fremdbe stimmter Kommunikation zu befreien. Nur so wird der Bürger befähigt, sich nicht für Zwecke einzspannen zu lassen, die er nicht kennt. Entscheidend wird jedoch sein, inwieweit ihm Journalisten dabei behilflich sind. Notwendig ist ein neues Selbstverständnis der Journalisten, die sich ihres Einflusses und damit auch ihrer Verantwortung für die Wirklichkeitsvorstellungen ihrer Mitbürger bewusster werden müssen.