universitätbonn
Rheinische
Friedrich-Wilhelms-
Universität Bonn

Macht und Ohnmacht der Bilder

Das Fernsehen als Faktor der politischen Bewusstseinsbildung

Bodo Hombach

4. Juli 2012

Meine Damen und Herren,

Das Fernsehen ist ein omnipräsentes Medium. Neuerdings aber durch das Internet übertroffen. Bewegte Bilder können bewegen. Oft nur flüchtig, dafür massenhaft.

Hans Magnus Enzensberger sprach vom „Null-Medium“. Kommerzielle Sender treten Kritikern auch mit dem Hinweis entgegen, dass die „hochauflösende“ Dauerberieselung mit Sex and Crime, Anschrei-Sendungen und Casting-Shows folgen- und schadlos am Publikum vorüberginge. Ihre Existenzgrundlage ist, dass das Werbeprogramm Folgen hat. Die Kauflaune der Leute soll massiv ermuntert werden. Bezüglich dieser Firma oder jenes Artikels soll eine nachhaltige Bewusstseinsprägung Folge sein.

Bevor wir unser Thema systematisch bearbeiten, versuche ich zwei Exkurse. Sie stellen das Werkzeug bereit, das uns in der Sache helfen kann.

Exkurs 1
Eine Sinneswahrnehmung soll nur für 1,4 Sekunden in unserem Kurzzeitgedächtnis bleiben. Wäre das anders, würde unser Hirn in wenigen Augenblicken überschwemmt und blockiert. Starke Filter bewahren uns vor dieser Katastrophe. Wenn einzelne Filter nicht funktionieren, dringen die entsprechenden Informationen ungehindert ein und sorgen für erstaunliche Gedächtnisleistungen. Solche „Savants“ spielen gleichzeitig 20 Schachpartien blind und gewinnen. Sie sind in der Lage, weit auseinander liegende Bereiche zusammenzudenken, so dass überraschend neue Erkenntnisse auftauchen. Oder sie schreiben – wie Mozart - eine komplexe Komposition nach einmaligem Anhören fehlerfrei nieder. Wir nennen das vereinfachend „Genie“ und meinen eigentlich eine Ausnahmeerscheinung. Die Normalen reiben sich daran wund. Die Betroffenen scheitern häufig an ihrer gut bürgerlichen Umgebung.

Auch wir Normalverbraucher können Wahrnehmungen längerfristig im Gedächtnis ablegen, so dass sie dauerhaft verfügbar sind und dann vielleicht unser politisches Handeln beeinflussen.

Informationen durchdringen den Schutzfilter des Kurzzeitgedächtnisses, wenn sie unsere Interessen berühren oder unsere Aufmerksamkeit durch auffällige Dramatik erregen.

Das gilt in besonderem Maße für persönliche Erfahrungen. Es gilt auch für mediale Erlebnisse. Der Mechanismus ist der gleiche. Die Lernforschung hat ziemlich gesicherte Erkenntnisse:

- Der kognitive Anteil einer Fernsehsendung (Zahlen, Daten, Fakten) unterliegt raschem Vergessen. Die Erinnerungskurve fällt steil ab, und es bleibt nur ein flacher Rest im Langzeitgedächtnis.

- Anders der affektive Anteil einer Sendung. Staunen, Neugier, Empörung überwinden die Filter und bilden stabile Eiweißmoleküle. Die Vergessenskurve bleibt lange auf hohem Niveau und sinkt nur geringfügig ab.

Starke emotionale Erlebnisse prägen sich dauerhaft ein. Auch die mit ihnen verbundenen Informationen: Noch heute weiß wohl jeder Mensch, wo und wie er die ersten Bilder und Nachrichten vom Angriff auf die Twin Towers in New York erlebte. Das Langzeitgedächtnis unseres Großhirns baut die neuen Erfahrungen in das bestehende Selbst- und Weltbild ein. Erlebnisse, die dort nicht integrierbar sind (schlimme Brutalität, Folter, Krieg, Tod eines nahen Verwandten), werden zu seelischen Wunden oder „Traumata“. Unsere Psyche kann sie in die Tiefenschichten des Unterbewusstseins verbannen. - Dort sind sie nicht für immer und gefahrlos entsorgt. Sie können die Konsistenz der Persönlichkeit stören und irrationales Verhalten erzeugen.

Die Psychoanalyse sucht nach Wegen, diese Krankheitsbilder aufzuspüren und zu therapieren. Was für das Individuum gilt, scheint analog auch für das kollektive Bewusstsein zu gelten:

- Traumatische Erlebnisse einer Gesellschaftsgruppe oder eines ganzen Volkes können Wirklichkeitsverluste und irrationales Massenverhalten erzeugen.
- Die Schlacht auf dem Amselfeld, die Kreuzzüge, Erfahrungen von Vernichtungslager oder Völkermord bleiben durch Jahrhunderte virulent. Sie determinieren politisches Handeln, und sei es, dass sie unfähig machen, alltägliche Konflikte zu rationalisieren.

Dieser Hypothese hat sich die Forschung gerade angenommen. Praktische Politik sollte gespannt auf ihre Ergebnisse sein.

Die Rezeption von Fernsehsendungen ist auch physiologischen Bedingungen unterworfen. Andere, wie: Temperament, Charakter, Bildung, soziales Milieu, Parteibuch, Geschlecht, Alter usw. kommen hinzu und beeinflussen die Wirkung des Mediums auf das politische Bewusstsein.

Exkurs 2
In den 1950er Jahren entwickelte der amerikanische Empiriker Lawrence Kohlberg ein Modell der moralischen Entwicklung des Menschen. Er behauptete, dass sich diese in drei Stufen vollzieht.

- **Auf der präkonventionellen Stufe** entscheiden die materiellen Konsequenzen des Handelns darüber, ob eine Tat als gut oder schlecht angesehen wird.
  Das Kind orientiert sich an Belohnung oder Strafe. Es hat noch keine Einsicht in den Sinn moralischer Werte, sondern unterwirft sich der Macht. Das Individuum versteht sich als Teil der Gruppe, des Clans, der Familie. Richtig ist, was diesen nützt.

- **Auf der konventionellen Stufe** orientiert sich der Mensch an festen Regeln. Die werden ihm oder der Gesellschaft vorgegeben. Es geht um die Aufrechterhaltung der sozialen Ordnung. Diese ist Selbstzweck. Richtiges Verhalten besteht darin, seine Pflicht zu tun. Man „übt immer Treu und Redlichkeit“, auch wenn niemand hinschaut. Es geschieht jedoch in stereotypen (schwarz/weißen) Vorstellungen von Gut oder Böse und in Anerkennung steiler Hierarchien. Die Welt wird aus einem Punkte erklärt. Es gilt eine klare Prinzipienmoral, die als „natürlich“ begründet erscheint.

- **Auf der postkonventionellen Stufe** kann der Mensch zwischen Legalität und Legitimität unterscheiden. Er folgt universalen, aber auch selbst gefundenen ethischen Prinzipien (Kant: kategorischer Imperativ) und ist unter Umständen bereit, die bestehende Rechtsordnung um einer höheren Verantwortung willen zu durchbrechen. (Menschenrechte). Dafür nimmt er auch Sanktionen in Kauf.

Kohlberg gibt sich sicher, dass diese drei Stufen der moralischen Entwicklung und damit auch der politischen Urteilsfähigkeit aufeinander folgen. Keine wird dabei übersprungen, und nicht jedes Individuum erreicht alle Stufen. Viele verharren ein Leben lang auf der Ersten. Die Mehrheit schafft es bis auf die Zweite. Nur wenige erreichen die Dritte. Die Entwicklung vollzieht sich sprunghaft, dann nämlich, wenn der Mensch in ein moralisches Dilemma gerät, vor dem seine alten Maßstäbe versagen. Massenmedien wie das Fernsehen konfrontieren ihre Nutzer mit solchen Dilemmata.

Vor diesem Hintergrund kann das Fernsehen das politische Bewusstsein von Zuschauern beeinflussen. Man sollte sich allerdings keine Wunderdinge versprechen.

Starke Wirkungen gehen in der Regel nur von Primärerfahrungen aus. Mediale Wahrnehmungen sind Sekundärerfahrungen und entsprechend abgeschwächt. Es ist ein großer Unterschied, ob ich persönlich am Schacht der verschütteten Bergleute stehe, mit einem bekannt bin oder den Kampf um ihr Leben aus dem Wohnzimmersessel beobachte. Der Bildschirm verkleinert, ist jederzeit stör- und ablenkbar und mit der Fernbedienung in der Hand zu steuern.

Ich nenne gleichwohl ein paar Möglichkeiten, in denen das Fernsehen bewusstseinsbildende Wirkung haben kann. Es wird Ihnen nicht schwer fallen, diesen Katalog aus eigener Kenntnis zu verlängern: Das Fernsehen transportiert über Nachrichten, Berichte und Dokumentationen **Ereignisse aus aller Welt** ins Wohnzimmer. Goethe konnte im „Faust“ noch reimen: „Wie schön ist es an Sommertagen, / wie fühl ich mich so froh und frei, / wenn hinten, fern in der Türkei / die Völker aufeinander schlagen.“

Wer das Fernsehen nicht nur als Jukebox, sondern auch als Erkenntnisinstrument nutzt, erlebt die Chancen und die Last einer ständigen Zeitgenossenschaft. Ereignisse, die sein politisches Bewusstsein verändern können, kommen auf diese Weise überhaupt erst an ihn heran.

Das Fernsehen erweitert und verstärkt die **Präsenz politischer Exponenten**. Dafür bietet es zahlreiche Anlässe bei Interviews, Talkshows, Parteitagen und Parlamentsdebatten. Politische Botschaften kommen auf die Agenda.
Häufige Wiederholung lässt sie wichtig erscheinen. Begabte Darsteller der politischen Szene setzen ihre Themen, erhöhen vielleicht ihre Sympathiewerte und empfehlen sich als Troubleshooter. – Das Fernsehduell auf dem Höhepunkt einer Wahlschlacht kann schwankende Zuschauer zu einer Entscheidung bewegen.

Das Fernsehen hilft vielen Zuschauern durchaus, ihren Alltag zu gliedern. Durch verlässliche Wiederkehr politischer Sendungen und Magazine zur gleichen Zeit entsteht eine Art **politischer Meeting Point. -** Das gibt dem Diskurs der Gesellschaft Stoff und Anlass. Ein frühes Beispiel war Werner Höfers „Internationaler Frühschoppen“ (heute „Presseclub“) als wöchentliche Übungsstunde für demokratisches Argumentieren und ausländischen Blick auf innerdeutsche Angelegenheiten.

„Tagesschau“, „Heute“ und politische Magazine bieten ähnliche Fixpunkte. Das Fernsehen kann von einschneidenden Ereignissen Bilder "machen", die sich tief einprägen und fast mythische Kraft entfalten. Manche werden zu **Ikonen der Zeitgeschichte**. Armstrongs Schritt auf den Mond, die Explosion der Challenger, die Ruine von Tschernobyl, der Einsturz des World Trade Centers, die schwarze Flutwelle in Japan, das Victory-Zeichen Josef Ackermanns haben die Filter des Kurzzeitgedächtnisses überwunden und gehören zu den Landmarken kollektiven Bewusstseins. Dort können sie einen Perspektivwechsel vorbereiten oder mit auslösen.

Ohne die Schreckensbilder aus Japan und ihre wochenlange Präsenz im Fernsehen wäre die Energiewende nicht so schroff und konsequent verkündet worden. Die bis dahin übliche Beschränkung der Atomdebatte auf das Eintrittsrisiko eines Super-Gau schaltete um auf das untragbare Schadensrisiko. Es bewirkte in der Gesellschaft einen so breiten Perspektivenwechsel, dass das durchaus nicht atomenergie-feindliche Kabinett „Merkel“ glaubte, eine „Wende“ vollziehen zu müssen.

Die **inszenatorische Kraft der bewegten Bilder** kann auch fiktionale Programme politisch wirksam machen. Sie erregen den Zuschauer emotional oder reagieren adäquat auf seine vorhandene Emotionalität. Ein klassisches Beispiel war die amerikanische Fernsehserie Holocaust: Sie vermittelte die Brutalität des Holocaust im Dritten Reich aus der Sicht der Opfer am Beispiel einer Familie. Hier gelang, woran zahlreiche Dokumentationen früher gescheitert waren: Ein Haltungswechsel vieler Zuschauer über Empathie und Identifizierung.

Ein anderes Beispiel war die ARD-Sendung "Requiem für Ruanda": Sie verzichtete auf journalistische Distanz, Analyse historischer oder ethnischer Voraussetzungen des Völkermords oder Suche nach den Schuldigen. Stattdessen stellte sie sich kompromisslos auf die Seite der Opfer, auch auf die Seite der

Zuschauer. Deren Entsetzen über das Geschehen war nämlich in seiner emotionalen Tiefenschicht bis dahin ignoriert oder vernachlässigt worden.

Die Inszenierung kann der Wahrheit manchmal näherkommen als jede noch so sorgfältige Dokumentation.

Die hier genannten Beobachtungen werfen natürlich auch **Fragen und Zweifel** auf:

- Ist die politische Wirksamkeit des Fernsehens für das Bewusstsein signifikanter Zuschauermenge überhaupt nachweisbar?
- Erzeugen Fernsehsendungen einen neuen Blick oder bestätigen sie nur vorhandene Einstellungen, die sie dann allenfalls verstärken?
- Relativieren sich viele Wirkungen nicht durch widersprüchliche Signale in der Vielzahl der Kanäle?
- Löscht die anschwellende Flut seichter Unterhaltung – auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern – politisches Bewusstsein nicht eher aus, anstatt es zu entwickeln?
- Sind heute nicht interaktive Medien wie das Internet mit seinen sozialen Netzwerken von größerer Relevanz für das politische Bewusstsein als das Fernsehen?

Es lassen sich Beispiele dafür finden, dass das Fernsehen durch massenhaftes „Draufhalten“ mit der Kamera eher einen Wirklichkeitsverlust erzeugt, als das politische Bewusstsein zu schärfen. Redakteure kennen den Effekt des „Overkill“, durch den ein wichtiges Ereignis den Reiz des Neuen verliert und dann am Verdruss der Zuschauer Schaden nimmt.

Und schließlich verändert die technische Entwicklung des Fernsehens auch seine politische Wirkung. Einerseits ermöglichen Kabel und Satellit die Live-Teilnahme bei Ereignissen an jedem Punkt der Erde. Andererseits bietet die Digitalisierung unbegrenzte Möglichkeiten der Manipulation. Das Medium, das früher als besonders authentisch und verlässlich galt (Was ich sehe, kann nicht falsch sein!), muss heute um Glaubwürdigkeit kämpfen.

Man darf nie vergessen: **Ein Ereignis wird immer nur zur Fernsehsendung, wenn es im Fernsehen erscheint.** „Das Medium ist die Botschaft.“ (Marshall McLuhan)

Vielleicht ist es ja ein Faktor politischer Bewusstseinsbildung durch das Fernsehen, dass Menschen beginnen, ihren Fernsehkonsum einzuschränken, um sich wieder intensiver persönlich und aktiv auf den Ebenen politischen Handelns einzubringen: in Foren, beim Twittern, bei der Elternvertretung in der Schule oder am Esstisch der Familie. – Das wäre dann – in feiner Dialektik – Abschaltquote als Ausweis politischer Reife.

Ich denke, über diese und weitere Aspekte wird unser Gast Auskunft geben. Ich bin gespannt und freue mich auf unser Gespräch.