



Schwimmen lernen in der Informationsflut

Manipulation durch die Massenmedien

.....
von Hans-Werner Kalb

1. Einführung

Wenn wir von Medien reden, meinen wir meistens die Massenmedien, wie Zeitungen, aber auch Bücher, das Fernsehen mit seinen verschiedenen Verbreitungswegen, und auch das Internet, das ja fast alle Medien zusammenfasst. Man kann auch unterscheiden zwischen den elektronischen Medien und den Printmedien. Böse Zungen nennen sie heute die Holzmedien, weil für sie ganze Wälder abgeholzt würden. Eine verwirrende Vielzahl von Medien steht uns heute zur Verfügung. Aber die Geschichte der Medien ist eine alte Geschichte. Medien gibt es schon, seit es Menschen gibt. Die Festplatten der Sumerer, das waren relativ große Steinplatten, mit Keilschrift versehen. Die Germanen meißelten ihre Runen ebenfalls in Steine oder auch in Holz. Auch Gott benutzte ja bekanntlich Steinplatten, um den Israeliten und uns die Zehn Gebote zu vermitteln. Vermitteln. Das ist das, was Medien tun. Sie vermitteln eine Botschaft.

Medien sind aber nicht nur Vermittler von Botschaften. Durch die Medienentwicklung haben sich immer auch die Botschaften selber verändert. Auf Papyrus gab es z. B. noch nicht das Genre der Romane. Erst, als das Pergament zum Schreiben aufkam, konnte man auch Bücher herstellen. Allerdings waren die noch sehr teuer und keineswegs Massenmedien. Neue Medien haben die Kultur und das Denken einer Gesellschaft immer nachhaltig verändert. Das beste Beispiel dafür ist, wie der Buchdruck die Verbreitung der Reformation gefördert hat und auf einmal sehr viele Menschen die Bibel lesen konnten. Medien fördern aber auch bestimmte Inhalte und tun sich mit anderen Inhalten schwer. Zum Beispiel lässt sich im Fernsehen Krieg besser vermitteln, als Frieden, Diktatur besser als Demokratie.

Aber auch von Anfang an wurden Medien dazu benutzt, Menschen zu beeinflussen. Das ist das, was wir mit Manipulation meinen: Die gezielte und verdeckte Einflussnahme. Das gilt für einzelne Menschen, die sich dadurch verändern und das gilt für ganze Gesellschaften, die durch Medieninhalte verändert werden. Die Veränderung vollzieht sich nicht in erster Linie auf der kognitiven, der gedanklichen Ebene, sondern auf der emotionalen, der gefühlsmäßigen.

Moderne Medien, wie Film und Fernsehen wirken direkt in unser Unterbewusstsein, sie verändern eher unser Verhalten, als unsere Meinung. Die natürlich im Laufe der Zeit auch. Mein erster Intendant beim ZDF, Prof. Karl Holzamer sagte dazu: „Das Fernsehen schießt dem Zuschauer seine Bilder unter Umgehung des Verstandes direkt ins Herz.“ Jerry Mander, ein amerikanischer Werbefachmann und Buchautor, formuliert es so: „Ich habe gelernt, dass ich wie ein Zauberer Bilder aus anderen Welten in die Menschen einpflanzen kann, die sie zwingen, Dinge zu tun, die sie sonst nie tun würden.“ Moderne Medien, vor allem das Fernsehen, entfalten ihre wesentliche Wirkung zuerst über Emotionen, Gefühle werden angesprochen. Das ist beabsichtigt. So entsteht Bindung an das Programm. Aber so bietet sich auch die Möglichkeit, unter Umgehung des Bewusstseins Menschen zu verändern, zu manipulieren.

Vorweg noch ein paar Gedanken zu dem Verhältnis zwischen der „veröffentlichten Meinung“ und der „öffentlichen Meinung“. Dass da eine Wechselwirkung besteht, ist unbestritten. Schon 1972 stellten Mc Combs und D. Shaw (USA) eine große Übereinstimmung fest. Sie formulierten die „Agenda Setting“-Theorie. Medien bestimmen, was

auf die Tagesordnung der Gesellschaft kommt, und was nicht. Dabei fällt heute besonders auf, wie sich die großen Medienunternehmen daran halten, dass ihre verbreitete Meinung auch politisch korrekt ist. Ja, es ist sogar so, dass die Massenmedien im Wesentlichen bestimmen, was politisch korrekt ist. Dazu braucht es eben Meinungsmacher, die ein großes Publikum haben. Wer da etwas sagt, was gegen diese Meinung spricht, der wird oft auf brutale Weise fertig gemacht. Ob Politiker, oder Wissenschaftler. Traurige Beispiele aus vergangenen Jahren sind da Horst Köhler, Eva Herman, Thilo Sarrazin oder Wissenschaftler, die auf Schwachstellen der Evolutionstheorie hinweisen. Politisch korrekt ist es auch, über das Christentum und Jesus Christus herzuführen, nicht aber über den Islam und Mohammed. Woher das wohl kommt? Wenn ich diese Personen erwähne, heißt das nicht, dass ich in allen Punkten mit ihnen übereinstimme. Es geht hier um den Bruch mit der politischen Korrektheit.

Nun zum Thema Manipulation. Wenn wir die Manipulation durch die Massenmedien betrachten wollen, dann müssen wir grundsätzlich unterscheiden zwischen der faktischen Fälschung von Bildern, Filmen und Texten und der verfälschenden, verzerrenden Darstellung der Realität durch bestimmte Vorauswahl und durch die Art der Berichterstattung.

2. Faktische Fälschung von Information

2.1 Nachträgliche Veränderung von Texten, Bildern und Filmen

Die bewusste Verbreitung von Lügen in Texten und Bildern ist weltweit gesehen zwar täglich zu beobachten, man denke nur an die Kriegsberichterstattungen, auf der anderen Seite widerspricht sie aber der journalistischen Ethik. Ich gehe davon aus, dass sich die Journalisten der seriösen deutschen Medienunternehmen diesem Ehrenkodex verpflichtet fühlen. Insofern ist das bei uns hier nicht das Hauptproblem. Vor einiger Zeit gab es eine Diskussion in den Zeitungen, ob bei kleinen wohlwollenden Veränderungen der Bilder nicht ein Hinweis hinzugefügt werden müsse, was da verändert worden sei. So haben zum Beispiel wohlwollende Bild-Journalisten die gut sichtbaren Schweißflecken im Kleid von Angela Merkel wegwetuschiert oder die Edel-Armbanduhr des Siemens-Managers Klaus Kleinfeld war in dem Foto für die Hauptversammlung plötzlich verschwunden. Sowas ist heute mit einigen Mausklicks für jeden Amateur auf jedem Heimcomputer möglich. Damit könnte ich noch leben. Schwieriger wird es, wenn „United Colors Of Benetton“ den Papst und den Imam Ahmed al-Tajjeb zeigt, wie sie sich intensiv küssen. Das war eine bewusst provozierende böse Bildmanipulation, gegen die der Vatikan dann auch erfolgreich protestierte. Wenn wir es genau nehmen, sind viele Familienfotos ja auch manipuliert. Wohlwollend darf sich die böse Tante Olga mit ins Bild stellen und alle lächeln freundlich. Wenigstens, solange das Bild geschossen wird. Und wie Papa beim letzten Familien-Fotoshooting den Bauch eingezogen hat, das war schon eine Meisterleistung. Damit sind wir beim nächsten Punkt:

2.2 Inszenierte Ereignisse

Nicht nur in der Familie werden Ereignisse inszeniert. Politik und Wirtschaft funktionieren nicht mehr ohne besondere Inszenierungen. Die Pressestellen der Politik und Wirtschaft laden die Journalisten zu scheinbar wichtigen Treffen ein, weil damit etwas vermittelt werden soll, was bei genauerer Betrachtung oft gar nicht die Realität widerspiegelt. Wir kennen das auch von politischen Medientreffen, wenn dann nur Worthülsen ausgetauscht werden, sozusagen als Futter für die jeweils andere politische Richtung, die sich dann vielleicht selber in Szene setzt und aufplustert.

Demonstrationen, wie die gegen die Castortransporte, lohnen sich nicht, wenn nicht wenigstens das Fernsehen dabei ist. Oder nehmen Sie Terroristen auf der ganzen Welt. Auch die Taliban informieren meist vorher die Presse, wenn sie etwas vorhaben. Ohne weltweite Verbreitung sind auch terroristische Aktionen nur halb so viel wert.

Es soll – so wurde mir berichtet – auch Reporter von Privatsendern gegeben haben, die nach einer Fernsehaufnahme für die Berichterstattung eines tragischen Ereignisses noch einmal wiedergekommen sind und den Zeugen gegen Bares baten, das Ganze noch einmal anders, emotionaler, aufgewühlter zu erzählen.

3. Verzerrte Darstellung der Realität durch bestimmte Vorauswahl und die Art der Berichterstattung

Berichterstattungen, Informationssendungen, das soll der Schwerpunkt meiner Überlegungen in diesem Artikel sein.

Zu Unterhaltungssendungen im Fernsehen möchte ich an dieser Stelle nur kurz einige Sätze einfügen:

Fernsehen ist nach wie vor das Leitmedium in unserer Gesellschaft. Und jeden Tag lassen sich Millionen von Zeitgenossen von diesem Medium unterhalten. Dabei vollzieht sich im Laufe der Zeit natürlich auch eine Beeinflussung. Bei Unterhaltungssendungen geschieht das aber sehr subtil, unterschwellig – und damit sehr wirksam. Beobachten Sie nur einmal, wie viel Alkohol die Hauptdarsteller während z. B. einer Vorabendsendung konsumieren. Oder nehmen sie das Beispiel der Erotik und der Sexualität. Es wurden Untersuchungen bei bestimmten Vorabendserien gemacht mit dem Ergebnis, dass sich nur 5 % der dargestellten Beziehungen auf die klassische Ehe beziehen, wie sie auch dem christlichen Menschenbild entspricht. Der stete Tropfen dieser Manipulation hat an dieser Stelle den Stein unserer Wertvorstellungen ja schon reichlich ausgehöhlt. Das können wir inzwischen auch an der Gesetzgebung ablesen. Soweit der Einschub.

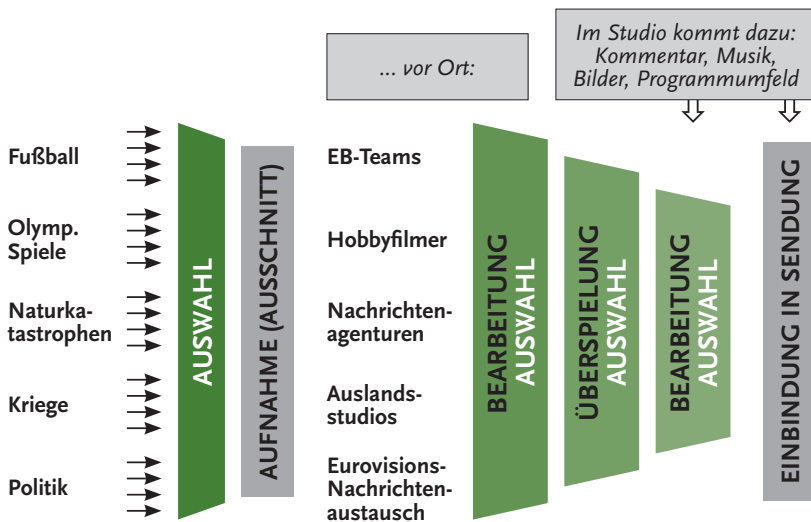
Jetzt also wieder zu den Informationssendungen:

Um es gleich vorweg zu sagen: Die Forderung nach absoluter Objektivität und Neutralität der Medien ist ein unerreichbares Ideal, das ist journalistisch nicht möglich. Wenn sich dann viele Zeitungen als „unabhängig“ bezeichnen, dann heißt das nicht, dass sie ihre eigene Meinung nicht einfließen lassen. Und welchem Einfluss die eigene Meinung unterliegt, das ist eine andere Frage.

Manipulation durch Selektion

⇒ falsches Weltbild

Über die Wirkungen von Nachrichtensendungen



Manipulation durch Massenmedien © Hans-Werner Kalb

Anhand von drei Fragen möchte ich das Thema „Manipulation durch verzerrte Darstellung der Realität“ nun besprechen:

3.1 Welche Methoden der Manipulation werden denn meistens angewendet?

Dazu greife ich die drei wichtigsten Methoden heraus: Selektion (Auswahl), Gewichtung (Deutung) und die Sprache (d. h. Wortwahl und Satzbau).

3.1.1 Manipulation durch Selektion

Auch „objektive Berichterstattung“ muss aus einer unzählbar großen Zahl von Ereignissen, Fakten und Hintergrundinformationen auswählen. Den Nachrichten-Redaktionen liegen unzählige Nachrichten-Beiträge, Berichte, Filme usw. vor. Über 99 % der Nachrichten, die heute zwischen den Medienunternehmen weltweit verteilt werden, kommen nie bis zum Fernsehzuschauer oder Zeitungsleser. Es sind einfach zu viele. Es muss aussortiert werden, was zu unbedeutend scheint, zu fragmentarisch, zu polemisch nach den jeweils in der Redaktion gültigen Vorstellungen ... oder einfach schon das, was nicht in das weltanschauliche Konzept dessen passt, der auswählt. Die Auswahlkriterien sind den Verantwortlichen manchmal bewusst, wenn sie von der Organisation vorgegeben sind, oft aber auch nicht. Unbewusst wirkt auch die „Selbst-Zensur“ („Schere im Kopf“) des Redakteurs. Da sind nicht nur persönliche Erlebnisse und Erfahrungen, die eine Rolle spielen, vor allem ist es wichtig, dass ein Beitrag politisch korrekt ist und sich gut verkaufen lässt. Wenn ein Redakteur nicht im Sinne seines Unternehmens politisch korrekt berichtet, dann kann es sein, dass er sich einen neuen Arbeitsplatz suchen muss. Oder nehmen sie z. B. den Journalisten Udo Ulfkotte, der zur Islamisierung Europas einige Zusammenhänge sehr deutlich genannt hat, der musste danach, wie er selbst sagte, mit seiner Familie untertauchen. Es geht hier

wieder nicht darum, ob alles richtig war, was er sagte, sondern was passiert, wenn einer nicht im Mainstream bleibt. Im Falle der Islam-Berichterstattung werden dann auch schnell Todesdrohungen ausgesprochen.

Während des Weges vom Ereignis bis zum Zuschauer oder Leser sind eine ganze Reihe von Auswahl-Filtern zu durchlaufen. Das soll die beiliegende Grafik erläutern. Die erste Auswahl findet schon lange vor anstehenden Ereignissen bei der Planung für eine Sendung statt. Schon dabei wird natürlich sortiert und bewertet, was denn „brauchbar“ wäre für die Konsumenten – oder besser gesagt: für die Quote oder für die Auflage.

Was soll ein Reporter denn aus einer ganztägigen Bundestagsdebatte berichten? Welchen Redner von welcher Partei soll er zu Wort kommen lassen? Welchen Satz oder kurzen Abschnitt aus der Rede? Er wird das auswählen, was nach seinen Vorstellungen wichtig für die Leser und Zuschauer ist.

Oder nehmen sie eine Demonstration in Ihrer Stadt. Sie waren vielleicht dabei. Tausende marschierten friedlich die Straße hinunter. Nur an einer Stelle gab es eine kleine Rängelei, ja es wurde sogar jemand verletzt. Sie hatten das gar nicht mitbekommen. Was meinen Sie, was abends in den „Landesnachrichten“ gezeigt wird?

Oder nehmen Sie den Kameramann. Bilder müssen Gefühle erzeugen. Auf die Gestaltung kommt es an, damit Bilder wirken. Und professionelle Kameralente, die können das. Achten sie mal darauf, wie der Bildausschnitt gewählt wurde, wie die Bilder wirken bei seriösen Fernsehsendern. Da spürt man förmlich die Professionalität. Da spürt man aber auch die Macht der Kameralente. Wie sagte mal jemand so schön griffig? „Nichts ist subjektiver, als das Objektiv einer Kamera.“

Das folgende Bild zeigt ihnen, wie wichtig bei einem Bild der Bildausschnitt ist, der letztendlich gewählt wird.



Das Bild zeigt einen irakischen Soldaten, umgeben von amerikanischen Soldaten im Irak-Krieg 2003.
Foto: AP Photo/Itsuo Inouye; Montage: Ursula Dahmen/Der Tagesspiegel

Selektion verändert unser Bild von der Wirklichkeit. Sie führt zur Desinformation – selbst, wenn die einzelnen Meldungen den Tatsachen entsprechen.

Weshalb hatte meine Oma immer solche Angst, dass uns auf der Autofahrt etwas zustoßen könnte? Sie hat regelmäßig die Zeitung gelesen – und so ein falsches Bild von der Häufigkeit von Autounfällen. So könnte ich manche Beispiele nennen, wo wir alle ein völlig falsches Bild von der Welt haben.

Wenn große Medienunternehmen über einen Vorgang berichten, dann wird er auch noch von anderen zur Berichterstattung ausgewählt. Er ist alleine deshalb schon berichtenswerter. Niklas Luhmann, der bekannte Sozialwissenschaftler des letzten Jahrhunderts, sagte dazu: „Kommunikation ist ein Prozess, der auf Selektion selektiv reagiert, also Selektivität verstärkt.“ Das führt zu einer „Konstruktion von Realität“. Also noch mehr Manipulation. Denken sie nur einmal daran, wie bestimmte Themen jeweils einige Wochen malträtiert wurden, ohne dass der Hintergrund einen solchen Anlass gegeben hätte. Manchmal sind es völlig unwichtige Anlässe aus dem persönlichen Leben von Adligen oder Schauspielern. Andere Themen waren mal eine Zeit lang in den Medien präsent und sind dann wieder in der Versenkung verschwunden. Wie war das doch mit der Vogelgrippe oder der Schweinegrippe? War da überhaupt etwas dran? Aber es gibt Gewinner dieser Medienschlachten. Und das sind nicht nur die Medienunternehmen, die dabei „Quote machen“.

3.1.2 Gewichtung der Information

Es ist schon eine Herausforderung für einen Journalisten, alle wichtigen Punkte und Argumente eines Themas aufzuzeigen und allen die jeweils richtige Bedeutung zu geben. Gelingt ihm das nicht, spricht man von „tendenziöser Berichterstattung“. Das kann man jeden Morgen in der Zeitung oder jeden Abend im Fernsehen erleben. Argumente und Einzelfakten werden in einen bestimmten Zusammenhang gestellt, mit einem wertenden Adjektiv versehen oder einfach weggelassen. Besonders schön kann man die Gewichtung von Positionen bei den Talkshows sehen. Show ist dafür der richtige Ausdruck, denn es geht da ja nur darum, wie einer sich und seine Meinung präsentieren kann. Wer wird eingeladen? Wer darf seine Thesen ausgiebig entfalten? Wem schneidet der Moderator das Wort ab? Bleiben Sie also gerade bei Talkshows besonders kritisch – oder verzichten Sie darauf.

Einzelne Zeitungen oder Sender vertreten auch bewusst bestimmte Positionen. Die Färbung der Berichterstattung ist dann keine Manipulation, sondern Ausdruck der Meinungsfreiheit der Redaktion oder des Verlages. Dafür gilt der sogenannte Tendenzschutz. So weiß man, dass bestimmte Zeitungen linksliberal sind, andere konservativ. Das sagt man ja auch von den einzelnen ARD-Anstalten. Gewichtung der Information ist immer ein Instrument der Manipulation, allerdings ein sehr subtiles, aber gerade deshalb sehr wirksames Instrument.

3.1.3 Die Rolle der Sprache

Viele Begriffe unserer Sprache sind „belastet“. Da schwingt bei einem Wort etwas mit, da werden Assoziationen geweckt. Oft gibt es gar kein neutrales Synonym. Medienunternehmen geben bei strittigen Themen – je nach

Ausrichtung – die Wortwahl vor. Ob zum Beispiel für die Ereignisse nach dem Weltkrieg „Flucht und Vertreibung“ gesagt wird, oder „Umsiedlung“, wie in Polen, das ist schon wichtig. Sind die Kämpfer in Syrien Terroristen oder Freiheitskämpfer? Wenn Sie immer bestimmte Nachrichtensendungen sehen, dann werden sie auf Dauer auch die Meinung der Redaktion teilen.

Es ist schon eine Weile her. Aber schöne Beispiele für Manipulation durch Sprache waren die Berichte von „Frontal 21“ (ZDF) und „Panorama“ (ARD) über evangelikale Christen. Darin war von „christlichen Eiferern“ die Rede, die in einem „Missionscamp“ entdeckt wurden (Bildeinstellung: Zelte, die scheinbar unter Bäumen versteckt waren). Diese Eiferer würden dort angeblich in einem „Schnellkurs“ ausgebildet für ihren Einsatz in nichtchristlichen Ländern. Dabei waren die Camps nicht versteckt, die Ausbildung war relativ solide und die Eiferer waren junge Christen, die etwas für Jesus Christus tun wollten, genau so, wie es Jesus für seine Nachfolger geboten hat (Matthäus 28). Aber wer denkt bei solcher Wortwahl nicht automatisch an die islamistischen Ausbildungscamps, wo junge Leute für ganz andere Aufgaben ausgebildet werden? Solche indirekten sprachlichen Vergleiche finden wir bei Journalisten immer wieder. Juristisch kann man gegen solche „Vergleiche“ nichts machen. Das haben auch die vergeblichen Versuche des Widerspruchs nach den beiden Sendungen gezeigt.

3.2 Wer könnte manipulieren?

Natürlich geschieht die Manipulation in erster Linie durch den Journalisten selbst, durch die Redaktion, in die er eingebunden ist. Die „Aufsicht“, durch einen Rundfunkrat z. B., greift selten und dann natürlich meistens erst hinterher. Deshalb ist es wichtig, wer auf den entscheidenden Plätzen sitzt. Dass die Stellenbesetzung eine Rolle spielt, zeigt sich z. B. darin, dass bei den Öffentlich Rechtlichen Rundfunkanstalten die leitenden Positionen gemäß einem „Parteienproporz“ besetzt werden. Da müssen, grob gesprochen, alle gesellschaftlich relevanten Gruppen angemessen vertreten sein.

Dann sind natürlich die Eigentümer von privaten Medienunternehmen auch die Meinungsmacher einer Gesellschaft. Ich nenne nur mal die Namen Springer und Augstein, die jeweils für ihre Publikationen auch die Tendenz der Berichterstattung bestimmten. Mit Tendenzschutz natürlich.

Überall versuchen auch Parteien, Verbände und nicht zuletzt die Regierung Einfluss auf Medienunternehmen zu nehmen. Interessant ist, wie gleich nach der Wahl eines Landtages auch die Stellen im Rundfunkrat neu besetzt werden. In totalitären Staaten wird natürlich viel stärkerer Einfluss auf die Medienunternehmen genommen als in demokratischen.

Es liegt in der Natur der Aufgabe, dass Journalisten ihre Umwelt kritisch betrachten, dass sie nach Veränderung fragen, nach dem Neuen, ja, auch nach dem Skandalösen. Da tun sich Konservative schwer. Umso wichtiger ist es, dass Christen die Medien kritisch hinterfragen und auch mal unterschiedliche Medienquellen nutzen. Wir haben als Christen nicht alte Asche zu bewahren, sondern das Feuer am Lodern zu halten, dass vor tausenden von Jahren angezündet wurde.

Dass in den Medien immer nur „schlechte Nachrichten verbreitet würden“, das hat übrigens nichts mit Manipulation zu tun. Das liegt einfach an uns Konsumenten. Wir sind es, die daran viel mehr interessiert sind, als an guten Nachrichten. „Only bad news are good news“. „Nur schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten“, sagt man. Und je brutaler Katastrophen und gequälte Menschen gezeigt werden, desto mehr steigt die Quote. Vergleichen Sie doch mal ZDF und RTL am Beispiel eines schrecklichen Tagesereignisses. Manchmal merkt man allerdings auch das Bemühen der Redaktion, ab und zu einmal eine schöne Information, eine gute Nachricht mit einzubauen.

All das Gesagte gilt natürlich auch für christliche Medien. Auch deren Journalisten können nicht alles in den einschlägigen Publikationen platzieren, was wichtig wäre oder was der Wahrheit über einen Sachverhalt dienlich wäre. Auch christliche Leser bestellen schon mal einen Newsletter oder eine Zeitschrift ab, wenn dort etwas berichtet wird, was ihnen nicht in den Kram passt. Noch schlimmer ist es für Spendenwerke, wenn dann auch gleich die Spenden gekürzt werden.

Nun muss natürlich noch die Frage gestellt werden:

4. Wie können wir uns gegen Manipulation schützen?

4.1 Was kann ich tun, um nicht manipuliert zu werden?

Am wirksamsten ist es: Alle Medien abbestellen, den Fernseher aus dem Fenster werfen. Aber ist das wirklich eine Lösung?

Mein Vorschlag: Beschränken Sie sich auf Quellen, die sie als zuverlässig einschätzen. Ich kann mir in unserem Land schon aussuchen, aus welcher Quelle ich trinke. Da beschränke ich mich z. B. bei der Israel-Berichterstattung nicht nur auf die abendlichen Fernsehnachrichten, sondern schaue auch mal, was Johannes Gerloff in „Israelnetz“ dazu sagt. Dann erfahre ich, wie manche wesentlichen Ereignisse in der einheitlichen öffentlichen Berichterstattung des Westens einfach weggelassen wurden oder wie Falsches berichtet wurde.

Hören und sehen Sie sich ruhig mal gegensätzliche Meinungen an – aber halten Sie die Zeit der Mediennutzung trotzdem so niedrig, wie möglich. Höchste Priorität haben die wirklich wesentlichen Dinge im Leben. Dazu zähle ich als Christ die tägliche Bibellese, das Gebet, die Gemeinschaft mit anderen Christen. Brauche ich denn wirklich all die Informationen? Haben die abendlichen Nachrichten im Fernsehen denn tatsächlich Einfluss auf mein Leben, mein Handeln am nächsten Tag? Ich glaube nicht. Hier gibt es sehr viel „Einsparpotenzial“.

Mehr Fernsehen macht nicht glücklicher, nicht zufriedener! Die wirklich wesentlichen Dinge des Lebens lassen sich übrigens gar nicht im Fernsehen vermitteln. Da geht alles viel zu schnell. Wenn ich bei einem wichtigen Gedanken stehen bleiben will, um daran weiter zu denken, verpasse ich das weitere Programm. Wer macht das schon? Neil

Postman sagte: „Das Denken gehört ohnehin nicht zu den darstellenden Künsten, es fängt bekanntlich da an, wo die Information aufhört.“

Also: Bleiben Sie kritisch! Wechseln Sie mal die Medienquelle! Fragen Sie nach der Vertrauenswürdigkeit – und nehmen Sie sich Zeit für wichtigere Dinge.

4.2. Orientierung finden im Gegenwind der Medien

Und wenn ich Orientierung suche für mein Leben – dann helfen mir Massenmedien, wie das Fernsehen ohnehin sehr wenig. Dazu brauche ich ein gutes Buch, über dessen Inhalt ich nachsinnen kann, das Gespräch mit einem Freund, der mich versteht und natürlich die Information von dem, der mich geschaffen hat. Gott zeigt in seinem Wort, was wirklich zu meiner Lebensentfaltung beiträgt. Er will mein Leben so verändern, dass es sich lohnt, hier und bis über den Tod hinaus. Von solchen Gedanken halten mich Massenmedien, wie das Fernsehen, aber auch das Internet, eher ab.

Sie können es heute beobachten: Wir erleben eine nie da gewesene Informationsflut, die exponentiell anwächst. Gleichzeitig greift eine erschreckende Orientierungslosigkeit um sich, in unserem privaten Umfeld, vor allem aber in Wirtschaft und Politik. Ob da nicht doch ein Zusammenhang besteht? Natürlich ist unsere Welt komplexer geworden. Doch die Informationsflut, die aus allen Ritzen auf uns einströmt, birgt die Gefahr, darin zu ertrinken.

Die meisten Zeitgenossen lassen sich nicht nur durch die Inhalte der Massenmedien manipulieren, sie lassen sich darüber hinaus ablenken von den wirklich wichtigen Dingen und verlieren so bei der Dauer-Berieselung durch die Informations- und Unterhaltungsindustrie die Fähigkeit, klar zu sehen und eigene Standpunkte zu durchdenken. Dazu passt ein Wort des Apostels Paulus, das er den Christen in der damaligen Welthauptstadt Rom mit auf den Weg gab: „*Passt euch nicht den Maßstäben dieser Welt an. Lasst euch vielmehr von Gott umwandeln, damit euer ganzes Denken erneuert wird. Dann könnt ihr euch ein sicheres Urteil bilden, welches Verhalten dem Willen Gottes entspricht, und wisst in jedem einzelnen Fall, was gut und gottgefällig und vollkommen ist*“ (Römer 12,2).

Hans-Werner Kalb, Schwäbisch Gmünd, studierte Nachrichtentechnik, war anschließend beim ZDF in Mainz, von 1979 bis 2007 beim SDR, später SWR in leitender Funktion in der Technischen Direktion und der Produktionsdirektion. Seit 2001 nimmt er verschiedene Lehraufträge an der Hochschule der Medien und der Berufsakademie Stuttgart wahr. Mit dem Thema Medienwirkungen beschäftigt sich H.-W. Kalb seit 1978 durch Seminare, Vorträge und diverse Publikationen. Nebenberuflich engagiert er sich ehrenamtlich vor allem im kirchlichen Bereich.

Dieser Artikel erschien zuerst in der Zeitschrift „Fundament“, DCTB.

