

*Hermann Boventer*

## Fernsehen und Politik

Als eine „nicht zu übersehende Gefahr“ unseres öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems bezeichnet der Intendant des Senders Freies Berlin, Franz Barsig, einen Wandel im journalistischen Selbstverständnis der Programmacher. Der „Meinungsjournalismus, ja selbst der Kampfjournalismus“ habe in den letzten Jahren erheblich an Boden gewonnen. Am deutlichsten könne man das an der Sendeform des politischen Fernsehmagazins erkennen, „ohne jetzt ein bestimmtes, zu günstigen Sendezeiten laufendes Magazin treffen zu wollen oder bestimmte Moderatoren im Auge zu haben“. Barsig knüpft daran die fast schon elegisch klingenden Aufforderungen eines Fernsehgewaltigen, „einmal darüber nachzudenken, ob wir nicht auch Halbgötter in Schwarzweiß und in Farbe haben, die man wieder auf die Erde zurückholen müßte“<sup>1</sup>.

Parallel mit der Zunahme des kämpferischen Gesinnungs-Journalismus – oder dadurch wesentlich ausgelöst? – verläuft die Politisierung des deutschen Fernsehprogramms. Wie kein anderes Medium hat es das Fernsehen in der Bundesrepublik verstanden, die Politik populär zu machen. Politiker, die ihrer Natur nach populär sein müssen, aber auf dem Bildschirm schlecht „ankommen“, haben keine große Chance. Populär geworden sind auch die politischen Moderatoren. Staat machen kann man heute über das Fernsehen wie nie zuvor über ein publizistisches Medium für das persönliche Image, aber auch in des Wortes eigentlicher und doppelter Bedeutung, weil das Fernsehen über Sein oder Nichtsein eines Politikers entscheidend bestimmt und weil es gleichzeitig auch das politische Interesse anregt und beeinflusst.

Das berühmte Nixon-Kennedy-Duell vor den Fernsehkameras im Jahr 1960 dürfte nicht unerheblich zum Sieg des damals Nixon in seinem Bekanntheitsgrad weit unterlegenen Senators aus Massachusetts beigetragen haben. Sechs Jahre früher ist Senator Joseph McCarthy dem Zusammenprall des Fernsehens mit seinem Gesicht, so hat es der amerikanische Schriftsteller John Steinbeck behauptet, zum Opfer gefallen. Der „Kommunistenjäger“ hatte alle Merkmale eines Schurkengesichts, wie es Wählern und Zuschauern im Fernseh-Krimi als die Verkörperung des verschlagenen Typs erscheint.

Die Tendenz, daß das Fernsehen in Deutschland eine fortschreitende Politisierung bewirkt, wird bereits durch die bloße Präsenz eines Fernsehapparats bestätigt. Nach einer unveröffentlichten Untersuchung des Allensbacher Meinungsforschungsinstituts aus den Jahren 1966/67, als noch nicht in nahezu jedem Haushalt ein Fernsehapparat stand, hat sich das Interesse an Politik nach Anschaffung eines Fernsehgeräts sprung-

<sup>1</sup> Vgl. *Der Journalist*, H. 12, 1972, S. 28.

haft erhöht. Im Jahr 1966, unmittelbar vor Anschaffung eines Fernsehgeräts, bekundeten 36 Prozent der Befragten ein dauerhaftes Interesse an Politik. Ein Jahr später, nach Anschaffung des Geräts, waren es 44 Prozent. Im gleichen Zeitraum nahm bei diesen Befragten die Lektüre politischer Nachrichten und Reportagen in Zeitungen zu (von 53 auf 61 Prozent), aber auch politische Leitartikel (31 auf 35 Prozent) und Leserbriefe (28 auf 41 Prozent) wurden mehr gelesen als zuvor<sup>2</sup>. Gestiegen ist also die allgemeine Bereitschaft, sich politisch zu informieren und sich eine Meinung zu bilden.

Das Zeitgeschehen im Programmangebot der ARD nimmt heute schon mehr als ein Drittel der gesamten Sendezeit ein. Die Politik ist längst übergeschwappt in die Fernsehspiel-Dramaturgien, wo man sich der Stoffe annimmt, die, wie es heißt, eine gesellschaftspolitische Relevanz aufweisen. Ob man das Fernsehen in London, New York oder Warschau einschaltet, nirgendwo wird der Politik in der zuschauerträchtigsten Abendzeit soviel Raum gegeben wie im deutschen Fernsehen. „Die in Deutschland zu beobachtende Tendenz, daß das Fernsehen politisches Interesse anregt“, so wiederum Elisabeth Noelle-Neumann in der Allensbacher Untersuchung, „ist um so interessanter, als es sich möglicherweise nicht um eine allgemeine internationale Erscheinung handelt.“ Man hat nämlich in England und den Vereinigten Staaten beobachten können, daß dort bei den Fernsehzuschauern nicht nur der Interessenpegel für Freizeitbeschäftigungen wie Wandern, Musizieren oder Gartenarbeit zurückgegangen ist, sondern ebenso ist auch die Beschäftigung mit Politik, die sich beispielsweise in der Wahrnehmung eines politischen Interesses durch Zeitungs- oder Buchlektüre ausdrückt, geringer geworden. Mit anderen Worten, so folgert Noelle-Neumann: „Man darf also (gegenwärtig) nicht allgemein sagen, das Fernsehen belebt das politische Interesse, sondern es muß heißen, das deutsche Fernsehen macht die Menschen politisch interessiert.“

### Die Kameras gehen eigene Wege

Der Ehe zwischen Fernsehen und Politik soll im folgenden nachgegangen werden. Ob es eine „glückliche“ Ehe ist, wird sich zeigen. Werner Höfer meint, es sei zumindest eine nutzbringende Ehe, weil für die Politik durch die Technik des Fernsehens die Stunde der Wahrheit insofern angebrochen sei, als zumindest die Flucht in die Lüge schwerer gemacht wird. Ist die Politik durchsichtiger geworden? Macht sie die Fernsehkamera durchschaubarer? Höfer: Politische Entscheidungen spielten sich mit Hilfe des Fernsehens auf dem Markt ab, vor aller Augen, und jeder könne schließlich zusehen, wie Politik gemacht wird: „Gute Politik und gutes Fernsehen, das bedeutet: Popularität auf Gegenseitigkeit . . . Das Interessante ist das Populäre: die Schauseite und die Schattenseite der Politik.“<sup>3</sup>

Interessant ist die Schattenseite schon, aber wenn die Schau- und Schattenseite der

<sup>2</sup> P. Diehl-Thiele, Wie stark prägt das Fernsehen die öffentliche Meinung?, in: FAZ, 9. 12. 1972.

<sup>3</sup> W. Höfer, Die Popularisierung der Politik, in: Fernsehen in Deutschland (Mainz 1967) 126.

Politik zusammenfallen, beginnt das Problem, was fernsehgerecht und was politisch ist. Ob nicht eine fragwürdige Vorstellung von Politik vermittelt wird, wenn nur dasjenige Geschehen auf den Bildschirm kommt, das ausschnittshaft, dramatisch zugespitzt oder bildhaft verkürzt dargeboten werden kann, ist vielleicht noch die simpelste aller aufkommenden Fragen. Die Zusammenhanglosigkeit der Wort- und Bildfetzen, die beispielsweise durch die Struktur einer Nachrichtensendung vorgegeben ist, kann nur derjenige, der diese Bild-Nachrichten-Bruchstücke in das vorhandene gedankliche Raster seiner politischen Kenntnisse und Informationen, das er aus unterschiedlichen Quellen bezieht, zu synthetisieren vermag, auch zum wirklichen Nutzen seiner politischen Urteilsbildung verwenden.

Die Kameras gehen auch ihre eigenen Wege. Das Medium selbst schafft die Wirklichkeit. Die amerikanischen Demokraten sind heute noch aufgebracht, wenn die Rede auf den Konvent ihrer Partei in Chicago 1968 gebracht wird, als die Kameras nicht in der Halle blieben, sondern die Straßenschlachten draußen, wo jugendliche Randalierer und Polizei sich ein Stelldichein lieferten, plötzlich zum Zentrum des Parteigeschehens machten. Die Kameras wurden „wortbrüchig“; waren sie doch eingeladen worden, die politischen Vorgänge im Inneren der Konventshalle zu filmen, nicht jedoch selbst Politik zu „produzieren“.

Die andere Seite in einem Kriegsgeschehen, die es nicht zuläßt, daß Fernsehteams unbehindert filmen, sieht auch ihre Toten nicht in die Wohnstuben der Welt transportiert. Der Vietnamkrieg war der Krieg der Amerikaner – im Fernsehprogramm. Daß Vietcong-Einheiten während der Tet-Offensive in Hué 5700 Menschen erschossen, geköpft und zu Tode gefoltert haben – um nur ein Beispiel aus der Kette grauenhafter Kriegsereignisse zu nennen –, durften, wollten die Kameras nicht wahrnehmen; aber die von den amerikanischen Bombenangriffen zerstörten Hafenanlagen von Haiphong durften sie filmen, und sie taten es mit dem Anspruch der allerhöchsten Authentizität und Objektivität für das Fernsehen in aller Welt. Das weltweite Entsetzen über den „schmutzigsten aller Kriege“ war zu wesentlichen Teilen eine fernsehgemachte Entrüstung, dem Zuschauer im abendlichen Lehnstuhl serviert.

### Verwechslung von Wirklichkeit

Vielleicht ist es die erstaunlichste Wirkung des Fernsehens, daß es als exakter Spiegel der Wirklichkeit gilt. Lebt der Mensch überhaupt nur „im Bild“? Die Botschaft, die abendlich über die Mattscheibe läuft, ist für Millionen Menschen das Leben – ein Leben aus zweiter und dritter Hand? Die Intellektuellen rümpfen die Nase über die Welt, die im Surrogat erfahren wird. Meistens sind es dieselben Intellektuellen, die das Surrogat auch fabrizieren. Jedenfalls dürfte es eine gesicherte Erkenntnis sein, daß die Primär-Erfahrungen des einzelnen in unserer medialen Gesellschaft rückläufig sind. So erscheint auch die Politik in präparierter Selektion, standardisiert und aus zweiter

Hand. Die Sach- und Sinnzusammenhänge des Politischen, wie es das Fernsehprogramm darbietet, bleiben weithin verstellt<sup>4</sup>.

Die Politik hat es auch deshalb so schwer auf dem Bildschirm, weil die Masse der Zuschauer sich nicht die Mühe macht, zwischen Realität und Phantasie zu unterscheiden. Erdachtes, gemachtes und erfahrenes Leben fließen ineinander: Verwechslung von Wirklichkeit. Die Putzfrau eines Fernsehmitarbeiters antwortete auf die Frage, was sie gestern im Fernsehen sah: Eine Reportage aus Spanien. Tatsächlich wurde „Don Carlos“ von Schiller gesendet<sup>5</sup>. Der kanadische Sprach- und Kommunikationswissenschaftler Marshall McLuhan vertritt in seinen provokanten Thesen die Ansicht, die Wirkung des Fernsehens sei überhaupt so gut wie unabhängig davon, welches Programm ausgestrahlt wird. Für ihn gibt es ohne das Medium die Botschaft nicht. Er folgert: „The medium is the message“! Nicht mehr der Inhalt der Sendungen sei entscheidend, sondern allein die Tatsache, daß eine ständige Information der Menschheit durch die elektronischen Medien erfolgt. Das Ding, das sich Fernsehen nennt, ist für die meisten ein Spielautomat, von dem man sich Unterhaltung und Zerstreuung verspricht: panem et circenses. Die Anstrengung des Denkens, die uns das politische Urteil abfordert, ist keine fernsehge-rechte Materie, und insofern ist Politik überhaupt nicht „telegen“. Das Schauspiel und die Pose, die Unterhaltung und das Amüsierprogramm hingegen sind es in hohem Maß. Der Schauspieler selbst produziert die Show. Es ist „seine“ Show. Künstlich und künstlerisch setzt er nach eigenem Ermessen die Realitätsbezüge. Der Politiker, dem das schauspielerische Talent abgeht, ist eine erbarmungswürdige Figur auf dem Bildschirm.

Nicht ohne Berechtigung wehrt sich auch heute das Unterhaltungsprogramm in den Fernsehanstalten gegen eine zunehmende Überfremdung durch die Gesellschaftspolitik. Die Frage, in welchem Maß auch das Unterhaltungsprogramm des Fernsehens zum Vehikel von gesellschaftspolitisch relevanten Meinungs- und Bewußtseinsbildungen gemacht werden soll, ist falsch gestellt. Ihr wäre die andere und entscheidende Frage entgegenzuhalten, inwieweit eine auf Unterhaltung programmierte Gestaltung von politischen Sendungen auf dem Bildschirm überhaupt legitim ist<sup>6</sup>. Die kulturkritischen Aspekte sollte man gewiß nicht überschätzen, aber es bleibt die Frage als Vorbehalt, ob eine zunehmende Politisierung, die vor dem Fernsehgerät erfolgt, die politische Materie selbst auch schon durchschaubarer macht und eine wirkliche Verständnis- und Urteils-hilfe für die konkrete Politik unserer Demokratie und ihrer Sinnzusammenhänge fördert.

<sup>4</sup> Vgl. A. Gehlen, *Die Seele im technischen Zeitalter* (Hamburg 1957) 47 ff.

<sup>5</sup> G. Böddeker, *Alle Mann auf Traumstation*, in: *Dialog*, April 73, 57.

<sup>6</sup> Vgl. H. Regnier, *Die Unterhaltung im Fernsehen*, in: *Fernsehen in Deutschland*, 171 ff.

## Engagiertes Fernsehen in der Magazininform

Wir wenden uns im folgenden der Sendeform der politischen Fernsehmagazine zu, die als „Panorama“, „Monitor“, „Report“, „ZDF-Magazin“ im öffentlichen Bewußtsein eine bedeutende, wenn nicht die erste Stelle in der Gewichtigkeit politischer Fernsehsendungen belegen. Sie praktizierten jahrelang die umstrittenste Form eines politischen Fernsehjournalismus, als aggressive Speerspitze. Inzwischen sind dem Typus der Montagsmagazine weitere Sendetitel gefolgt, auch im Bereich von Wirtschaft oder Kultur, mit den charakteristischen Elementen einer publizistischen Mischform, die Nachricht, Kommentar, Statement, Interview, Reportage, Feature zu einem einzigen Programm kombiniert. Die Magazininform hat einen regelrechten Siegeszug durch unsere öffentlich-rechtlichen Anstalten angetreten: Die durchschnittliche Sehbeteiligung von „Monitor“ und „Panorama“ im Jahr 1972 lag bei 32,5 bzw. 31,2 Prozent. „Report“ München konnte im Jahresdurchschnitt 31 Prozent, „Report“ Baden-Baden 29,3 Prozent aufweisen. Im ersten Halbjahr 1973 hatte „Monitor“ eine Sehbeteiligung von 30,1 Prozent, „Panorama“ lag bei 31,4, „Report“ München bei 29,5 und „Report“ Baden-Baden bei 26,7 Prozent. Ein geringer Aufwärtstrend ist lediglich bei „Panorama“ zu spüren, während die anderen ARD-Magazine Zuschauer verloren haben.

Weniger aus der Gattung als aus der Praxis resultiert ein hervorstechendes Merkmal: Kritik bis zur Aggression, Meinung bis zur Polemik, sowohl im Bild als auch im Text. Eine sachliche und analytische Information wird nicht erwartet. Der Gesinnungsjournalismus steht vorn. Diese Konzeption, bewußt verfochten und ursprünglich von den Montagsmagazinen ausgehend, hat immer wieder zu Kontroversen geführt. Die Diskussion der letzten Jahre war vordergründig auf den Moderator konzentriert, der als eine Art Schiedsrichter im Mittelfeld seine Zensuren und Bälle zu verteilen hat, je nach Bedarf mit den Allüren einer Primadonna, eines Staatsanwalts oder des Arme-Leute-Fürsprechers auftritt. Diese Rolle ist abgenutzt worden. Das skandalumwitterte Etwas der Montagsmagazine hat sich zunehmend gesetzt, mindestens seit es eine Brandt-Scheel-Regierung gibt, die auch manchem Kabarettprogramm den Pfeffer ausgehen ließ. Abgenutzt hat sich auch die Attraktion der scharfen Polit-Attacken der Montagsmagazine, was an den rückläufigen Zuschauerzahlen erkennbar wird.

Läßt sich die geforderte Ausgewogenheit einer öffentlich-rechtlichen Anstalt mit einem „engagierten Fernsehen“, wie es uns in Magazinen gegenübertritt, überhaupt vereinbaren? Dieser Zug zum journalistischen Engagement des Fernsehprogramms drückt sich auch darin aus, daß der Sparte der kritischen Magazine die letzten Jahre ein mehr als angemessener Teil der Sendezeit zuerkannt worden ist, auf Kosten des unterhaltenden Programms und auch des Dokumentarprogramms, das auf immer ungünstigere Zeiten verlegt wurde. Dem „objektiven“ Fernsehen ist das engagierte gefolgt, mit erheblich vergrößertem Meinungsanteil und der zunehmenden Tendenz zum Gesinnungs-, Kampf- und Erziehungsjournalismus.

Auf die Unvereinbarkeit von Ausgewogenheit und engagiertem Journalismus ange-

sprochen, antwortete der langjährige Monitor-Moderator Casdorff ohne Zögern: „Ja-wohl, wir wollen diese Gesellschaft verändern!“ Diese Äußerung brachte ihm im Deutschland-Union-Dienst (26. 10. 1972) den Beinamen „Tele-Revolutionär“ ein, was der Sache nicht entspricht, aber die Gefahr andeutet, wie leicht sich die Grenzen zwischen Gesellschafts- und Systemveränderung verwischen, wenn eine öffentlich-rechtliche Anstalt sich „engagiert“. Es ist Casdorff zuzustimmen, daß es nicht in jeder Magazin-sendung „nur Ausgewogenheit“ geben kann. Schwieriger wird es bei seiner Feststellung im Westdeutschen Fernsehen (5. 6. 1973): „Ein zeitkritisches Magazin wie ‚Monitor‘ ist also betont subjektiv, und ein wesentliches Argument – vielleicht das wesentlichste Argument – ist die bewußte Meinungsäußerung. Und das gilt nicht nur für die ganze Sendung, das gilt ganz besonders auch für den Moderator . . . Er hat nach unserer Auf-fassung das Recht, seine sehr subjektive Meinung zu sagen.“

### Redakteure machen Politik

Ohne eine persönliche Meinungsabgabe wird kein Fernsehredakteur arbeiten können und wollen, aber ob sie „betont subjektiv“ und kämpferisch sein darf, wie in unseren Magazinen praktiziert, ist längst keine offene Frage mehr. Die Rundfunkanstalten haben im Zug einer engagierten Politisierung in einem zunehmenden Teil ihrer Pro-grammaussagen den Service-Dienst zugunsten eindeutiger Erziehungsabsichten immer mehr zurückgestellt. Die Anstalten wären verpflichtet, alle relevanten Meinungen zu berücksichtigen, wiederzugeben; aber das können sie schon deshalb nicht, weil ihre Redakteure selbst zuviel Politik machen wollen.

Sie sind, nach Meinung des österreichischen Rundfunk-Generaldirektors Gerd Ba-cher, „in des Teufels Küche gekommen, weil in gewissen öffentlichen Bereichen zu viel politisches Eigenengagement vorhanden ist, weil hier zu viel Politik gemacht wird, weil sich im Bedarfsfall der Journalist der öffentlich-rechtlichen Anstalt mit dem speku-lativen Zeitungsjournalisten, dessen Auftrag es ist, selbstverständlich subjektiv zu sein, verwechselt“<sup>7</sup>. Bacher fährt fort, daß man nicht auf der einen Seite die Vorteile und die Schutzwürdigkeit des Monopols für sich in Anspruch nehmen und sich auf der ande-ren Seite privatwirtschaftlich aufführen könne – wie es im deutschen Fernsehen jedoch weithin geschieht.

Die Meinungsfreiheit, so sieht es der Kölner Soziologe Scheuch, ist gefährdet durch eine immer deutlicher werdende Verquickung von militantem Gesinnungsjournalismus und öffentlich-rechtlichem Sendemonopol. Das Monopol erfordere an sich eine Zurück-haltung bis hin zur Blässe vor Argumentationen, die viele Journalisten nicht befriedigt. Scheuch wörtlich: „Der Wunsch nach entschiedener Parteinahme, ja nach Gesinnungs-journalismus und Volksbelehrung scheint nun einmal im kontinental-europäischen Jour-

<sup>7</sup> In: Organisation des Fernsehens und Rolle des Zuschauers, hrsg. v. H. Bausch (Düsseldorf 1972) 80 ff.

nalismus so stark zu sein, daß man ihm auch für die Medien Rundfunk und Fernsehen Ausdrucksmöglichkeiten verschaffen muß. Aber dies bedeutet: Lizenzierung mehrerer privatwirtschaftlicher Sendeanstalten. Denn untragbar ist auf die Dauer die Kombination von Gesinnungsjournalismus mit Monopolstellung.“<sup>8</sup>

Ob eine verstärkte Konkurrenz die Polarisierung aufzuheben und der Parteilichkeit des engagierten Fernsehjournalismus die Spitze abzubrechen vermag, sei dahingestellt. Jedenfalls erscheint uns das Festhalten am öffentlich-rechtlichen Sendemonopol so lange nicht überzeugend, als sich daraus zunehmend ein Meinungsmonopol entwickelt. Das Gerangel um das ZDF-Magazin mit seiner Reduzierung auf vierzehntägige Ausstrahlung, wogegen nach Pressemeldungen mehrere hunderttausend Zuschauer protestierten, ist geradezu ein Indiz dafür, in welchem Maß sich die Zuschauerfronten bereits polarisiert haben und daß es mit der „Ausgewogenheit“ nicht gut bestellt sein muß, wenn ein Moderator wie Löwenthal zu einer solchen Symbolfigur werden kann: Er hat keine Konkurrenz.

### Patronat für progressive Minderheiten

Daß die öffentlich-rechtlichen Anstalten gewissermaßen ein Patronat für progressive, angeblich nonkonformistische Minderheiten und Eliten übernommen haben, läßt sich mannigfach nachweisen. Casdorff: „Ich bekenne mich zur provokativen Herausforderung der Zeitläufte. Unser Ziel ist die Politisierung der Bürger.“ Solchermaßen engagiert finden wir unter Fernsehautoren auffallend viele von derselben Couleur. Zum Beispiel den Kommunisten, Schriftsteller und Regisseur Wagenstein, von dem der Sender Freies Berlin den Film „Eine Patrone und drei Körner Reis“ brachte (4. 2. 1973). Vorsorglich wies die Ansage darauf hin, daß seine „politischen Sympathien eindeutig auf der Seite Nordvietnams“ zu suchen seien und keine „abwägende politische Dokumentation“ zu erwarten war. Der Tatsache, daß Wagensteins Kamerateam nach Nordvietnam einreisen durfte, gewinnt der Sender Positives ab: „Denn westliche Kamerateams konnten in den letzten Jahren sehr selten nach Nordvietnam einreisen.“ Ob diese Methode auch eines Tags für Griechenland, Portugal und Südafrika gilt, etwa: „Wir bringen ihnen den Film eines entschiedenen Anhängers der griechischen Obristen, da westliche Kamerateams in Griechenland nicht filmen dürfen“?

Sich unglücklich zu fühlen, das Joch der Ausbeutung abzuschütteln, gesellschaftliche Konflikte bewußtzumachen, um sie zu verschärfen und Widerstand zu mobilisieren, zur Systemveränderung, Überwindung der Klassengesellschaft und Emanzipation der Unterdrückten aufzurufen, das ist für das politische und gesellschaftskritische Fernsehprogramm eher die Regel als die Ausnahme geworden. Vielfach kommt die radikal-sozialistische Propaganda noch verhüllt, eingekleidet in Interviews und scheinbar „objektiven“ Darlegungen.

<sup>8</sup> In: Die Welt, 9. 5. 1970.

Beispiele gibt es in Fülle. Hin und wieder hagelt es einen Protest, aber der „Spaß in Rot“ (Titel einer Polit-Revue im Kulturmagazin „Almanach“, WDF 29. 5. 1973) läßt sich davon nicht beirren. Rückschläge müssen hingenommen werden, wie der WDR-Rückzieher bei der Serie des Regisseurs Fassbinder „Acht Stunden sind kein Tag“. Fassbinders Methode formulierte er selbst in einem Interview: „Der WDR ist 'ne ziemlich schwammige Institution. Der Intendant von Bismarck war zum Beispiel gegen die Serie. Und dann gibt es da andere Leute, die haben die gleichen Ziele wie ich. Also Sachen zu machen, die für die sogenannte herrschende Klasse gefährlich sind. Daß meine Serie durchgegangen ist, liegt wohl daran, daß sie halt im Unterhaltungssektor läuft.“<sup>9</sup> Die Serie wurde abgesetzt. Aber nicht abgesetzt wurden zum Beispiel die Klischees, die heute quer durch alle Programmsparten dem Unternehmerbild aufgesetzt werden. Die Kritik am Unternehmertum ist viel pointierter und schärfer als an den meisten anderen Gruppen der Gesellschaft. Lehrlinge sind die Lieblingskinder, Unternehmer die „Juden“ des Fernsehprogramms geworden<sup>10</sup>.

### Informations- und Verständnishilfe

Unter dem Dach des öffentlich-rechtlichen Monopols hat sich auf weite Strecken hin ein höchst streitbarer, kämpferischer Journalismus niedergelassen. Offenbar erblickt eine zunehmende Zahl von Fernsehredakteuren in der Schocktherapie, die Zuschauer aus ihrem Dornröschenschlaf zu wecken, ihren politischen Eros. Ist aber, was einer Zeitung im konkurrierenden Wettbewerb an Parteilichkeit und Gesinnungsjournalismus ohne weiteres zugebilligt werden muß, mit der Stellung der öffentlich-rechtlichen Anstalt vereinbar? Woher nimmt sie ihren Einwirkungs- und Erziehungsauftrag? Die kommunikationspsychologischen Strukturen dieses Mediums stehen einem solchen Journalismus entgegen. Es wird ein Aggressivitäts- und Konfrontationsexzeß bewirkt, wie ihn das viel distanziertere Medium der Zeitung nicht auszulösen vermag. Der leidtragende Teil beim Fernsehen ist allemal die kühle, sachlich-objektive Information und Dokumentation.

Der Auffassung, daß das Fernsehen politische Gegenakzente setzen müsse, weil sich

<sup>9</sup> Tele-control, Nr. 10, 29. 5. 1973, S. 1.

<sup>10</sup> Ihren unverblümtesten Ausdruck findet die sozialkritische Radikalität mancher Fernsehsendungen in der Sprache: „Montag, Arbeitstag, Dreckstag . . . arbeiten, mehr arbeiten, noch mehr arbeiten. Ergeben und Arschkriechen . . . Alle wollen das gleiche: Das Letzte aus deinen Knochen . . . Ausgebeutet und ausgepumpt komme ich mir vor . . . wie ein wirklich vom Leben Verstoßener vor. Scheiße!“ Die „verfluchte Schwindlerbande“ der Unternehmer, so an anderer Stelle, denke statt an das „beschissene Sau-leben“ der „Ausgebeuteten“ nur an „ihre Ruhe und Eintracht“ und sei deshalb gegen „Kommunisten, Studenten, Gammler, Intellektuelle“ (3. WDR-Fernsehen, 23. 2. 73). Popig, progressiv, agitatorisch gibt man sich auch im Jugendprogramm, mit Protestsänger Dieter Süverkrüp häufig auf dem Bildschirm: „Je öfter einer Scheiße sagt, um so linker fühlt er sich.“ Das WDR-Kulturmagazin „Almanach“ (29. 5. 73) konkretisiert die emanzipatorische Rolle der Sprache folgendermaßen: „Der Konsumarsch scheißt euch fröhlich ins Gesicht, damit ihr nicht seht, was ist, was wird, was werden könnte.“ Wahrscheinlich ist aber das Wort eines sogenannten Arbeiterdichters (3. WDR-Fernsehen, 23. 2. 73) das maßgebendere: „Mit jeder Zeile mach ich Politik . . . mein Wort soll Waffe sein im Klassenkampf.“

die Meinungsvielfalt in der Presse immer mehr abflacht und es von dorthier schon den „emanzipatorischen“ Auftrag erhält, in kritischer Funktion den Massen gegenüberzutreten, ist NDR-Programmdirektor Dietrich Schwarzkopf entgegengetreten<sup>11</sup>. Schwarzkopf plädiert für die Priorität der Information auf dem Bildschirm, gegen eine „demokratische Demagogie“, den Zuschauer „in die Wahrheit hineinzulügen“. Das vom Fernsehen zu liefernde Material für die eigene Urteilsbildung des Zuschauers dürfe nicht einseitig ausgewählt werden, sondern müsse in sich vollständig sein.

Das muß es schon deshalb sein, weil der Informationsgrad des durchschnittlichen Fernsehzuschauers viel zu gering ist, als daß er ohne Verständnishilfen, die ein ausgewogenes Bild des Für und Wider liefern, auskommen könnte. Erkennt der Zuschauer nicht die Zusammenhänge, sondern wird er von vornherein in die streitbare, einseitige Konfrontationsstellung manipuliert, ist aggressive Gereiztheit oder unreflektierte Abwehr meistens die einzige Folge dieses auf unzulänglicher Information gegründeten politischen Engagements. Für diesen Zuschauer reduziert sich das Spiel der politischen Gegensätze zu einem abstoßenden Catch-as-catch-can. Politik wird eine Art burleske Unterhaltung, und aus dem Bürger wird vollends der Spießbürger, der politisches Urteil mit der Sympathie oder der Abneigung gegenüber den auf dem Bildschirm gezeigten „Schurken“ oder „Helden“ (jede Polarisierung lebt davon) verwechselt.

Es ist nicht einzusehen, wieso das Fernsehen seine kritische Funktion in politischer Hinsicht nicht auf einer rein sachlichen, analytischen und dokumentarischen Basis erfüllen kann, wie das auch oft genug geschieht. Auf eine stärkere Heraushebung des Dienstcharakters kommt es an. Das ist nicht zuletzt auch eine Frage des Berufsstands und seiner Ethik. Das Advokatorische einer Journalisten-Demokratie sollte gerade eine öffentlich-rechtliche Anstalt am allerwenigsten stützen. „Mein Berufsstand“, um nochmals Gerd Bacher zu zitieren, „verwechselt sich persönlich sehr oft mit dem objektiv zu schützenden Gut der Pressefreiheit, und dem steht oft weder die entsprechende Bildung noch das persönliche Format gegenüber.“<sup>12</sup> Dietrich Schwarzkopf sagt mit anderen Worten dasselbe: „Absicht der Fernsehmacher darf es nach meiner Meinung nicht sein, das Fernsehen als ein Instrument für die Ausführung eines von ihnen selbst definierten Aufklärungs-, Einwirkungs- und Veränderungsauftrags zu gebrauchen... Aufgabe des Fernsehens und derer, die im Fernsehen arbeiten, ist es vielmehr, die Gegenwart zu reflektieren.“<sup>13</sup> In dieser Gegenwartsbezogenheit hat das Fernsehen eine ausgeprägte Forumsfunktion. Es sollte ein Ort der Darstellung und der Austragung von Gegensätzen sein; aber es ist kein Instrument für eine massive Parteinahme, nicht der Ort der Agitation für eine Gesellschaftsveränderung. Insofern darf und kann das Fernsehen nicht „links“ stehen, wenn es seinem Auftrag als öffentliches, pluralistisches Forum gerecht werden will.

<sup>11</sup> D. Schwarzkopf, Plädoyer für die Information, in: *Fernsehen in Deutschland*, 111 ff.

<sup>12</sup> A. a. O. 85.

<sup>13</sup> D. Schwarzkopf, Vermittlungsprobleme des Fernsehens, in: *Notizen zum ARD-Programm* (München 1972) 63.

## Meinungsverändernde Macht des Fernsehens

Wir haben lange geglaubt und uns dazu auch auf die Ergebnisse der Kommunikations- und Wirkungsforschung berufen, daß die Medien die schon bestehenden Eindrücke, Meinungen und Vorurteile verstärken, sie jedoch kaum zu ändern vermögen. Der Leser, Hörer und Zuschauer erfährt durch die Medien eine stabilisierende Wirkung in seinen Vor- und Einstellungen. Er möchte seine eigene, bereits vorgeformte Meinung bestätigt sehen, und je entschiedener und fanatischer jemand eine abweichende Meinung vertritt, desto konservativer reagiert er. Erfolgt diese Wirkung lückenlos, wäre das Medium zur Ohnmacht verurteilt gegenüber einer nahezu perfekten Immunität des Menschen, der sich in seiner festgefaßten Meinung nicht erschüttern läßt.

Neuere Untersuchungen in der Kommunikationswissenschaft haben das Phänomen der selektiven Wahrnehmung eingeschränkt<sup>14</sup>. So meint man heute, daß zumindest in Krisenzeiten der Rezipient nach neuen Orientierungen sucht, wenn die alten nicht mehr taugen. Eine von politischen Leidenschaften aufgewühlte Wahlkampfzeit kann durchaus diesen kritischen Punkt herbeiführen. Langzeituntersuchungen zeigen heute mit großer Zuverlässigkeit, daß die Massenmedien die Werturteile beeinflussen und maßgeblich verändern können, sofern diese Einflüsse über einen längeren Zeitraum gestreut werden und einheitlich auftreten. Zumindest wird eines erreicht: Werturteile werden erschüttert. Sie werden ihres sicheren und gewohnten Grunds beraubt.

Am stärksten wirkt sich die meinungsverändernde Macht beim Fernsehen aus. Der Leser einer Zeitung verlangt den Bestätigungscharakter. Die Zeitung soll seine eigene Meinung stabilisieren und ergänzen, andernfalls kündigt er das Abonnement auf. Die Situation gegenüber dem Fernsehen ist schon aus dieser Sicht völlig anders. Das Fernsehen kennt weder einen „Markt“ noch einen „Kunden“. Zwischen dem Ausgeliefertsein und dem Abschalten gibt es keine andere Wahlmöglichkeit. Die stärkste Wirkung, die von ihm ausgeht, ist atmosphärischer Natur. Das lähmt die Widerstandskraft des Rezipienten erheblich. Sehen und Hören bewirken zusammen eine psychologische Aufnahmebereitschaft, die das Lesen in dieser Form nicht hervorruft. Dem Fernsehen gelingt es in erheblich größerem Maß als einer Zeitung, einer bestehenden Meinung entgegenzuwirken und sie langfristig umzuformen, auch schon deshalb, weil die meisten Menschen von atmosphärischen Stimmungen außerordentlich abhängig sind. Das Fernsehen hat zusätzlich den Nimbus einer „nationalen“ Einrichtung und Autorität, von der Millionenwirkung der hohen Sehbeteiligung ganz abgesehen.

Als das Fernsehen ziemlich ohne Ausnahme in den Wochen vor der Bundestagswahl vom 19. November 1972 der bestehenden Regierungskoalition den Bonus der Siegeserwartung zusprach – die Skala reichte von atmosphärischer Begünstigung bis zur Parteinahme von Kameras, Kommentatoren und Showmastern –, hat diese Politik die Wahlergebnisse nicht unbeeinflusst gelassen. Vor dem Bundestagswahlkampf im Okto-

<sup>14</sup> Vgl. P. Diehl-Thiele, a. a. O.

ber haben bei einer Umfrage des Allensbacher Instituts Frauen die Siegeschance für SPD und Kanzler Brandt noch weit skeptischer als die Männer eingeschätzt. Das änderte sich von Woche zu Woche, als mit der zunehmenden Siegeserwartung für Willy Brandt bei den weiblichen Stimmberechtigten auch die Neigung wuchs, mit der herrschenden Meinung übereinzustimmen. Dies spricht für die meinungsverändernde Macht des Fernsehens.

Für die Erhärtung dieser These insbesondere mit dem Blick auf politische Magazinsendungen des Fernsehens liegt eine weitere Untersuchung vor. Aus Umfragen vor und nach der Bundestagswahl 1969 ist zu erkennen, daß Fernsehorientierung, also Betrachten der Magazinsendungen, in der Schlußphase des Wahlkampfes die Zuwanderung zur SPD begünstigt hat. Bei der Mehrheit der Wahlberechtigten insgesamt und bei den zeitungsorientierten Wählern überwogen in dieser Schlußphase die Zuwanderungsvorgänge zur CDU/CSU. Professor Noelle-Neumann interpretierte diese Trendwirkungen als eindeutigen Propagandaerfolg der politischen Magazinsendungen des Fernsehens. Die deutschen Fernsehanstalten hätten zum Teil eine eindeutige Politisierung betrieben. Dadurch sei es ihnen gelungen, mit permanenter Einseitigkeit und überwiegender Parteilichkeit die öffentliche Meinung und damit auch individuelle Wahlentscheidungen zu beeinflussen<sup>15</sup>.

#### Fernsehen als integrierendes Instrument

Was in politischen Fernsehprogrammen unter Zeitkritik verstanden wird, ist mit einigen Strichen charakterisiert worden. Vorherrschend ist das emanzipatorische Demokratieverständnis, das ein bestimmtes Zukunftsbild projiziert und Systemveränderung predigt. Der Journalist lebt vom Neuen und Außerordentlichen. Die Not seines Berufsstands ist es, daß es so wenig wirklich Neues gibt, auch in der Politik. Allen voran haben die Jungsozialisten in der deutschen Politik der letzten Jahre den ersten Platz an sensationellen „Neuigkeiten“ verdient, außerordentliche und ungewöhnliche Töne anschlagend. „Fast berauscht“ könnten die Jusos sein, würden sie ihre Position an der Publizität messen, meinte der ehemalige bayerische Juso-Vorsitzende. An Juso-freundlichen Kommentaren fehlt es denn auch nicht. Entscheidender ist, daß der Kult politischer Jugendlichkeit das Vokabularium liefert und der unkritische Gebrauch einer vulgärmarxistischen Sprache heute schon weit verbreitet ist. Politische Fernsehsendungen unter diesem Aspekt zu untersuchen, wäre eine lohnende Aufgabe.

Auch ohne eine solche Analyse läßt sich jedoch zeigen, daß in den politischen Ressorts immer seltener ein bestätigendes Wort zur Zeit zu hören ist, mit dem das Bestehende zunächst einmal als das Fortzuentwickelnde angenommen und bejaht wird. Mit anderen Worten: Es muß auch in der Demokratie einen Bereich des apriorischen Einverständen-

<sup>15</sup> Zu diesem und dem vorhergehenden Abschnitt vgl. P. Diehl-Thiele, a. a. O.

seins geben, wo die Verhältnisse „stimmen“ und wo es nicht in die Beliebigkeit jedes Systemveränderers gestellt ist, über sie das richtende Wort zu sprechen. Eine Zeit- und Gesellschaftskritik, die zur Verwerfung dieser Zeit und des Menschen in ihr ausholt, hat mit verantwortlicher Kritik nichts mehr gemein. Fernsehjournalisten sollten uns nicht dem Mißverständnis aussetzen, als bestünde ihre vornehmste Aufgabe darin, zu allem, was in der politischen Gegenwart geschieht, die Gegenentwürfe zu liefern. Damit beförderten sie die Politik zur Ideologie. Das wäre der denkbar schlechteste Dienst, den die öffentlich-rechtlichen Anstalten dieser Republik erweisen könnten.

Positiv ist, daß das Fernsehen bei vielen, die zu den politisch Gleichgültigen gehören, ein größeres Interesse für die politischen Vorgänge weckt. Diese politische Teilnahme ist keine direkte, handelnde Teilnahme. Wenn sie die einzige ist oder bleibt, gerät das Fernsehen in die Gefahr, als nie ganz befriedigende, politisch frustrierende Erregungsmaschine die beabsichtigte Wirkung ins Gegenteil zu verkehren. Die Fernsehredaktionen tun gut daran, diese Grenzen ihres politischen Angebots auch den Zuschauern bewußter zu machen und ihr eigenes Medium als komplementäres aufzufassen, das dem einzelnen nichts erspart, im Gegenteil. McLuhan hat seine These „The medium is the message“ durch Austausch eines Buchstabens in das Wortspiel abgewandelt: „The medium is the massage“, womit er jene Penetranz der Propaganda und politischen Steuerung andeutet, die auch in der meinungsverändernden Potenz des Fernsehens liegt. Die Aggressivität vom Kaliber eines Augstein-Kommentars oder eines Textes aus dem Bayern-Kurier ist unvereinbar mit dem öffentlich-rechtlichen Forumcharakter. Das selbstverständliche Eintreten für die demokratischen Grundrechte auch auf dem Bildschirm kann darunter nur leiden und an Glaubwürdigkeit verlieren. Das Fernsehen als integrierendes Instrument will in der Bundesrepublik politisch noch entdeckt werden.