

# Jahrbuch des Denkens

Zeitschrift der deutschen Kultur

**Nr. 2–2018**  
**2. Jahrgang**

# Jahrbuch des Denkens

Zeitschrift der deutschen Kultur

2. Jahrgang 2018, Heft 2

ISSN 2511-297X  
ISBN 978-3-95948-334-6

**Herausgeber**  
Peter-Gerdsen-Stiftung

**E-mail:** kontakt@peter-gerdsen-stiftung.de  
www.peter-gerdsen-stiftung.de

**Geschäftsführung**  
Hamid Reza Yousefi

**Schriftleitung**  
Hamid Reza Yousefi  
Harald Seubert

**Wissenschaftlicher Beirat**  
Prof. Dipl.-Ing. Peter Gerdsen  
RA Ferdinand A. Hoischen  
Prof. Dr. Dr. Daniel von Wachter

**Jahrbuch des Denkens**  
erscheint jährlich zu folgenden Bezugsgebühren  
Jahresabonnement 15 €

Verlag Traugott Bautz GmbH  
Ellern Str. 1, 99734 Nordhausen  
Telefon: 03631/466710; Fax: 03631/466711  
**E-mail:** bautz@bautz.de

**Besuchen Sie unsere Internetseite**  
www.peter-gerdsen-stiftung.de

# Inhalt

|   |     |
|---|-----|
| Liebe Leserinnen, liebe Leser! .....  | 5   |
| Einleitung.....   | 7   |
| <i>Peter Gerdson</i><br>Journalismus im Zentrum<br>des menschlichen Bewusstseins .....  | 13  |
| <i>Rainer Patzlaff</i><br>Der große Angriff auf das Ich .....   | 25  |
| <i>Herbert Ludwig</i><br>Der folgsame Mensch.....   | 39  |
| <i>Harald Seubert</i><br>Medien und Bewusstsein .....   | 47  |
| <i>Hamid Reza Yousefi und Matthias Langenbahn</i><br>Journalismus und das Bewusstsein<br>des Menschen in unsicheren Zeiten..... | 61  |
| <i>Norbert Bolz</i><br>Wie die Massenmedien die Weltgesellschaft konstruieren .....   | 75  |
| <i>Peter Winterhoff-Spurk</i><br>Die mediale Klassengesellschaft .....  | 89  |
| Buchbesprechungen.....  | 103 |
| Herausgeber und Autoren.....  | 125 |



## Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Das JAHRBUCH des DENKENS ist eine ›Zeitschrift der deutschen Kultur‹ und versteht sich als ein wissenschaftliches Forum zur Analyse verschiedener Kulturformen in ihrer spezifisch deutschen Ausprägung, wie sie sich in der Wissenschaft, der Philosophie, der Literatur und der Kunst zeigen. Es ist vom Geist eines weltbürgerlichen europäischen Deutschlands, dem Zusammenhang von Universalismus und Patriotismus, bestimmt.

Das JAHRBUCH des DENKENS legt einen Kulturbegriff zugrunde, der davon ausgeht, dass sich einerseits das Wesen jeder Kultur nur dann erschließt, wenn die Kultur in ihrer zeitlichen Ausdehnung über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft betrachtet wird, dass aber auch andererseits die Entwicklung einer Kultur von Berührungen und wechselseitigen Befruchtungen beeinflusst wird, also interkulturelle Spielräume eröffnet, und dass drittens die Inspirationsquelle einer Kultur in der zugrundeliegenden Religion zu sehen ist.

Das JAHRBUCH des DENKENS untersucht die vorherrschenden Strukturen des Denkens in verschiedenen Zeiten und Epochen. Wir gehen davon aus, dass sich am Grund der vielfältigen kulturellen Erscheinungen ein alle Erscheinungen beeinflussendes System freilegen lässt. Es stellt gleichsam den alle Verästelungen der Kultur durchpulsenden Blutkreislauf dar. Die Untersuchung dieser Strukturen und ihrer Veränderung, also eine Tiefenanalyse von Denkkulturen, sind das Grundmotiv des Jahrbuchs.

Das JAHRBUCH des DENKENS erscheint einmal jährlich und steht allen Interessierten zur Mitarbeit offen, die sich der deutschen Kultur im europäischen Kontext verbunden fühlen, von dieser Kultur fasziniert sind und sich für diese Kultur positiv einsetzen wollen.

Hamid Reza Yousefi, Trier  
und Harald Seubert, Basel



## Einleitung

Die modernen Massenmedien, besonders in der Form der elektronischen Medien wie Fernsehen und der Hörrundfunk, haben gegenwärtig eine nahezu allgegenwärtige Präsenz nicht nur im öffentlichen, sondern auch im privaten Raum gewonnen. Dementsprechend hat auch die Medienforschung seit längerer Zeit einen großen Umfang angenommen. Dabei ist sie längst nicht mehr nur auf Inhalte fixiert, sondern ganz besonders auf die Medien selbst und ihre Auswirkungen auf den Menschen. Die vorliegende Ausgabe des ›Jahrbuches des Denkens‹ widmet besonders dem zweiten Aspekt besondere Aufmerksamkeit.

Die Wahrnehmungen, die der Mensch über seine Sinne macht, erfordern in jedem Falle eine aktiv, konstruierende Denkbemühung, damit in seinem Bewusstsein die Wirklichkeit entstehen kann. Um wieviel größer muss die Denkbemühung sein, wenn nicht die echten Wahrnehmungen seine Sinne erreichen, sondern transformierte Wahrnehmungen? Dabei erhält diese Frage ihr besonderes Gewicht angesichts unserer Gegenwartskultur, die eher geneigt ist die Bedeutung des Denkens geringzuschätzen: auf der einen Seite der graue schattenhafte Gedanke und auf der anderen Seite die lebensvolle Wirklichkeit.

Und wie groß sind die Einflussmöglichkeiten derjenigen, die an den Schalthebeln der Medien sitzen und dort die Transformation gestalten? Was geschieht mit einem Menschen, der einen großen Teil seiner Zeit in einer künstlichen Wahrnehmungswelt verbringt? Was bedeutet das für seine geistige Existenz? Solchen Fragen widmen sich die folgenden sieben Beiträge.

Peter Gerdson untersucht in seinem Beitrag ›Journalismus im Zentrum des menschlichen Bewusstseins‹, nach einer grundlegenden Schilderung des Wesens der Medien, zunächst die Begriffe Wirklichkeit und Bewusstsein, um festzustellen, dass der Mensch ohne aktives Denken von der Wirklichkeit der Welt nichts wissen kann. Gerdson bringt zur Darstellung, wie den Journalisten, die an den Schalthebeln der Medien sitzen, auf Grund des Wesens der Medien große Einflussmöglichkeiten zur Verfügung stehen mit der Folge, dass der Journalismus sich als Vierte Gewalt in einem demokrati-

schen Staat etabliert. Über das Verfahren der Skandalisierung treten die Medien als Ankläger, Richter und Vollzugsbeamte gegenüber Einzelpersonen auf. Am Ende des Beitrags wird auf Gefahren verwiesen, denen der ›Mensch im Kraftfeld der Technik‹ ausgesetzt ist.

Rainer Patzlaff verweist in seinem Beitrag ›Der große Angriff auf das Ich – Geistige Hintergründe der modernen Bildschirmtechnik‹ auf die Gefahren des undurchschauten Wesens der Technik und plädiert für eine Art des Durchschauens, die nichts weiter verlangt, als mit geschärftem Blick in der eigenen Erfahrungswelt zu beobachten, was bestimmte Maschinen und Systeme auf die Dauer an Natur und Umwelt bewirken, wie sie unsere Denkweise verändern und unser Verhalten beeinflussen. Wir beobachten – so schreibt er – einen großen Angriff auf das menschliche Ich, und es hängt für die Zukunft viel davon ab, dass wir durchschauen, mit welchen Waffen hier gekämpft wird. In einer ausführlichen Analyse der Technik der Bildübertragung in der Fernsehtechnik zeigt Patzlaff, dass beim Betrachter nur die Illusion eines Bildes entsteht; denn es werden die einzelnen Punkte eines Bildes in einem zeitlichen Nacheinander übertragen mit der Folge, dass kritische Bewusstsein ausgeschaltet wird. Patzlaff verweist auf gehirnphysiologischer Untersuchungen an der ›Australian National University‹ in Canberra, wo eine Forschergruppe zu dem Schluss kommt: »Fernsehen findet auf der Bewusstseinssebene des Schlafwandeln statt«.

Herbert Ludwig untersucht in seinem Beitrag ›Der folgsame Mensch – Weshalb können die Medien das Bewusstsein lenken?‹ zunächst, auf welche Art und Weise der Mensch der Wirklichkeit teilhaftig wird, indem er darauf verweist, dass er alle Wahrnehmungen, die ihm von außen durch seine Sinne entgegenkommen, von innen mit seinem Denken durchdringen muss, indem er den dazugehörigen Begriff findet; denn erst dann hat er begriffen. Den Medien eröffnet sich nun – wie Herbert Ludwig zeigt – ein weites Feld an Manipulationsmöglichkeiten, indem die Medienkonsumenten mit Begriffen überhäuft werden, die sie nicht selbst hervorgebracht haben. Diese ›unbegriffenen Begriffe‹ mit ihrem reinen Wahrnehmungscharakter versetzen den Medienkonsumenten in ein ›träumendes, herabgedämpftes Bewusstsein‹. Die ›unbegriffenen Begriffe‹ haben den Charakter von ›Lenkungsvokabeln‹, die das Bewusstsein wie ›feindliche Unterseeboote‹ besetzen. » Die größte Passivität und Herabdämpfung des Bewusstseins findet aber beim Fernsehen statt, bei dem zur Wahrnehmung der Sprache noch die laufenden Bilder als eigene Ausdrucksmittel hinzutreten, die sich gegen-

über dem Ton immer in den Vordergrund des Bewusstseins drängen und ihn überlagern.« Die Untersuchungen zur Lenkung des Bewusstseins werden an einigen Beispielen erläutert.

Harald Seubert beginnt seinen Beitrag ›Medien und Bewusstsein‹ mit einer Erläuterung der Begriffe und Phänomenzusammenhänge von Bewusstsein und Selbstbewusstsein, indem er einige ihrer Züge herausstellt, wie sie sich bei Ernst Mach, Edmund Husserl, Hellmuth Plessner, Heidegger, Hegel und Marx finden. Auf dieser Grundlage wird der Zusammenhang von Medien, Medialität und Bewusstsein untersucht, indem ein Blick auf die Arbeiten von Hartmut von Hentig, Neil Postman sowie Horkheimer und Adorno frei wird. Seubert widmet dem Abschnitt ›Das weltweite Netz: Die neue Form von Medialität‹, in dem die große Bedeutung des Internet gewürdigt wird, besondere Aufmerksamkeit und konstatiert, dass »die Kategorie des Bewusstseins in den Algorithmenfunktionen schwimmt, die durch Big Data erzeugt werden«. Dieser neue Typ an Medialität wird durch die Begriffe Virtualisierung, Digitalisierung und Hybridisierung beleuchtet. Der Abschnitt ›Das Novum der Netzmedialität‹ untersucht diese Erscheinung an Hand der Begriffe Ubiquität, Komprimierung und konkurrenztlose Konkurrenzlosigkeit. In einem abschließendem Abschnitt konstatiert Seubert, dass »die Tradition europäischer Kulturüberlieferung, damit aber auch die Aussicht auf eine künftige interkulturell verfasste Menschheitskultur in Frage steht«.

Hamid Reza Yousefi und Matthias Langenbahn gehen im Kontext des kulturübergreifenden Diskurses der Frage nach, in welchem Umfang Medien das Bild der Kulturen beeinflussen und prägen. Dabei gehen sie davon aus, dass gegenwärtige Erscheinungen in der Gesellschaft Ergebnis des Überangebotes medialer, oftmals im Interesse bestimmter Ideologien und Autoritätsansprüche gefärbter Informationsvermittlung sind. Dieser provokanten Hypothese folgt die Frage nach, wo in diesem Kontext die Position des Menschen zu verorten ist und wie der geschilderte, massenmediale Einfluss im Menschen wirksam werden kann. Dies geht in eine Analyse der menschlichen Bewusstseinsstruktur über, deren Ergebnis es ist, dass aktuelle Medienberichte immer auch an einer bestimmten Wirklichkeitskonstruktion des Menschen mitwirken. Mit diesem Ergebnis wendet sich der Beitrag der Frage nach den Domänen von Medien zu und untersucht hierbei spezifisch die Rolle von Journalisten als Vermittler und Übersetzer bestimmter kultureller Prozesse. Dies bereitet der Frage den Weg, was unter dem strit-

tigen Schlagwort Friedensjournalismus zu verstehen ist und wie in diesem Kontext die zukünftige Rolle von Medien aussehen kann.

Norbert Bolz beginnt seinen Beitrag ›Wie die Massenmedien die Weltgesellschaft konstruieren‹ mit einer Bestimmung des Begriffs ›Weltgesellschaft‹, um dann im Einzelnen zu zeigen, dass die Medien an der Entstehung der Weltgesellschaft maßgeblichen Anteil haben und wie diese Weltgesellschaft durch die Massenmedien geformt wird. Der Beitrag unternimmt eine weite Tour d’horizon e und zeigt dabei die Tiefendimensionen der Probleme der Medienwelt auf: Von der Darstellung der Welt als Skandal und Katastrophe, von den telegenen Ereignissen ohne Geschichte zu dem Zusammenhang zwischen Moral und dem Fernsehen. »Wie in der Antike die Poesie ist heute das Fernsehen nämlich nicht nur Informationsquelle, sondern auch moralisches Training«. Weitere Themen sind Medien und Mythos sowie Gefühle als Kommunikation. Abschließend fragt Norbert Bolz, was die modernen Massenmedien für die politische Kommunikation bedeuten. »Mediendemokratie heißt, dass sich die politische Öffentlichkeit an den Darstellungsprinzipien der Massenmedien ausrichtet. Politisch wirklich ist nur das, was fotografierbar und erzählbar ist«. »Statt auf Repräsentation setzt die moderne Massendemokratie längst schon auf Legitimation durch Popularität. Und gerade deshalb reagieren Politiker so gereizt auf das Label ›Populismus‹. Es rührt an das finstere Geheimnis der Massendemokratie: die opportunistische Wertorientierung der Politik«.

Peter Winterhoff-Spurk untersucht in seinem Beitrag ›Die mediale Klassengesellschaft – politische Realität oder publizistischer Mythos?‹ zunächst die Grundidee der medialen Klassengesellschaft, nämlich dass unterschiedliches Mediennutzungsverhalten die Grundlage der Bildung sozialer Gruppen mit unterschiedlichen Lebenschancen ist, und führt dafür zahlreiche Hinweise aus der empirischen Medienwissenschaft sowie auch aus der Mediengeschichte an. Allerdings sei nicht zu übersehen, dass das mediale Proletariat durchaus nicht nur Opfer ungerechter Informationsverteilung, sondern auch Akteur im medialen Klassenkampf ist, indem es durch die Macht der Einschaltquoten ganze Medien übernommen und nach seinen Unterhaltungsbedürfnissen verändert habe. Anschließend fragt Winterhoff-Spurk, ob die kräftige Formulierung von der ›medialen Klassengesellschaft‹ die politische Realität zutreffend abbildet oder ob sie ein auch von Medienwissenschaftlern gepflegter publizistischer Mythos ist; denn die Hohenpriester des Bildungsbürgertums, die Professoren, üben – wie er ausführt – ihre

Funktion nicht immer ganz uneigennützig aus, wenn es um die Mitteilung ihrer Forschungsergebnisse an ein öffentliches Publikum geht. Es gäbe genügend empirische Befunde, die es ermöglichen, die postindustrielle Gesellschaft als mediale Klassengesellschaft zu beschreiben. Aber die Beschreibung und Erklärung gesellschaftlicher Strukturen und Prozesse ausschließlich durch die Dimension ›Mediennutzung und -Wirkung‹ erscheint ihm als eine unzulässige Reduzierung. So ist ihm die Rede von der ›medialen Klassengesellschaft‹ eher ein publizistischer Mythos, ein ›Begriffsfetisch‹ (Eco, 1984), formuliert nach den medialen Nachrichtenwertfaktoren: Was nicht als ordentliches Bedrohungsszenario daherkommt, wird in der öffentlichen Diskussion auch nicht richtig wahrgenommen.

### Redaktionelle Anmerkungen

Die Frage nach Medien und Bewusstsein ist ein kontroverses Thema zahlreicher Diskurse der Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Dies ist ein Grund, warum die Beiträge nicht immer der Meinung der Herausgeber entsprechen. Ziel ist es, den Leserinnen und Lesern Mut zu machen, sich dieses Themenkomplexes zu stellen, um einen konstruktiven Beitrag zum Wechselverhältnis zwischen Geschichte und Gegenwart zu leisten.

Hamid Reza Yousefi, Trier  
und Harald Seubert, Basel, München



# Journalismus im Zentrum des menschlichen Bewusstseins

## Massenmedien und die Enteignung des Denkens

Peter Gerdsen

### Einleitende Gedanken

Medien ist ein Sammelbegriff für alle audiovisuellen Mittel und Verfahren zur Verbreitung von Informationen, Bildern, Nachrichten. Zu den Massenmedien zählen insbesondere die Printmedien – Zeitungen und Zeitschriften –, die elektronischen Medien – Hörfunk und Fernsehen – sowie in zunehmendem Maße auch das Internet. Die Printmedien gibt es seit sehr vielen Generationen und damit auch den Journalismus. Aber durch die elektronischen Medien hat sich eine ganz neue Situation ergeben. Diese ist gekennzeichnet erstens durch die Tatsache, dass von einem Studio aus Millionen von Menschen erreicht werden können, und zweitens durch den Sachverhalt, dass die Übertragung der Nachrichten mit extremer Geschwindigkeit erfolgt. Das bedeutet, dass bei dem Betrachter eines Fernsehbildes der Eindruck entsteht, er sei selbst dabei gewesen, wenn die Kamera auf der Sendeseite ein bestimmtes Geschehen aufnimmt.

Diese neue Situation eröffnet nun eine Reihe von gefährlichen Manipulationsmöglichkeiten. Medienmanipulation ist der Oberbegriff für Methoden, die dazu dienen, eine große Zahl von Menschen in eine gewünschte und geplante Denk- und Handlungsrichtung zu lenken. Diejenigen, welche die Kontrolle über ein Massenmedium haben, können im Falle des Fernsehens das Bewusstsein der Zuschauer zum Beispiel im Sinne einer ganz bestimmten Politik beeinflussen. Das wissen die Politiker und versuchen die gesetzlichen Rahmenbedingungen der von ihnen gesteuerten öffentlich-rechtlichen Medien in ihrem eigenen Interesse zu manipulieren.

Der Schwerpunkt der folgenden Ausführungen liegt auf den elektronischen Medien und insbesondere auf dem Fernsehen, weil die Wirkung dieses Medium am intensivsten ist. Im folgenden Abschnitt wird zunächst überblicksartig das Wesen der Medien beleuchtet.

## Das Wesen der Massen-Medien<sup>1</sup>

Mit dem Wesen und der Wirkung der Medien hat sich ganz besonders der Amerikaner Neil Postman in seinem Buch ›Wir amüsieren uns zu Tode‹ auseinandergesetzt. Eine Grundthese von Postman ist, dass die Form in den Gedanken zum Ausdruck gebracht wird, einen Einfluss darauf hat, welche Gedanken überhaupt geäußert werden. Das heißt, dass die von den Medien vermittelten ›Inhalte‹ als solche sich dem Medium anpassen müssen. Die Art der Übermittlung bestimmt den Inhalt. Für das Fernsehen bedeutet dies, dass alles auf Unterhaltung hinausläuft; seien es so genannte ›Nachrichten‹ oder Sendungen zur Politik, Religion und Bildung. Diejenigen Methoden, die Ursprünglich für Werbesendungen geschaffen wurden, beherrschen im Prinzip sämtliche Sendungen. Die Konsequenz davon: Verlust jeglicher Zusammenhänge, Verlust jeglicher Gedankengänge und willkürliches Zusammensetzen von Isoliertem.

Dies bedeutet eine Bewusstseinszersplitterung und eine Gefährdung des Denkens; denn das Wesen der Begriffe als Bausteine des Denkens ist ja gerade Zusammenhang mit anderen Begriffen, wobei beim Fernsehen diese Zusammenhänge verloren gehen. Dabei ist fatal, dass dies nicht bemerkt wird. Vielmehr glaubt man, Inhalte, Gedanken, Fakten seien etwas für sich Bestehendes, das unabhängig von der Übermittlung existiert.

Bei allem, was dem Menschen zum Bewusstsein kommt, ist immer schon Denken und Deutung im Spiel. Gefährlich wird es, wenn dies beim Fernsehen nicht bemerkt wird mit dem Ergebnis: was in jeder Hinsicht auf Manipulation beruht, gilt dem Fernsehkonsumenten gerade als besonders objektive Wirklichkeit. Täglich viele Stunden in einer Illusionswelt zuzubringen ist schon bedenklich; gefährlich aber wird es, wenn man diese Illusionswelt für die Wirklichkeit hält.

Wenige Menschen berichten, kommentieren, zeigen und wählen aus, was Millionen sehen, hören und in sich aufnehmen. Journalisten besitzen gesellschaftliche Privilegien, die es ihnen erlauben, mehr als andere Mitglieder der Gesellschaft auf den Meinungs- und Willensbildungsprozess Einfluss zu nehmen. Der Soziologe Helmut Schelsky schreibt: Durch den Einsatz der sinn- und bewusstseinsprägenden Schalthebel bilden Journalisten und Redakteure als Multiplikatoren die eigentliche gesellschaftspoliti-

---

<sup>1</sup> Gerdson, Peter: *Das moralische Kostüm geistiger Herrschaft*. Wie unter dem Deckmantel der Moral Macht ausgeübt wird, Nordhausen 32014.

sche Schlüsselindustrie. Publizistik ist Macht, die vierte Gewalt im Staate, analysiert Karl Steinbuch. Diese These verschärft Alexander Solschenyzin: »Die Medien sind in den westlichen Ländern zur größten Macht geworden; mächtiger als die Legislative, die Polizeigewalt und die Rechtsprechung.«<sup>2</sup>

Von unermesslicher Wichtigkeit ist die Freiheit der Medien von jedem Zwang auf Richtigkeit. Freiheit von Ausgewogenheit; Freiheit von Fairness; Freiheit vom Joch der Wahrheit. Die Freiheit von Werten, Respekt und Verantwortung muss unter allen Umständen verteidigt werden, genau wie das Recht, dass alle Medien nur einem verpflichtet sind: dem Verkauf, der Einschaltquote und ihren Werbekunden. Es gibt nur einen Gott: ankommen um jeden Preis. Was die Wahrheit und die Wirklichkeit ist, wird von den Medien erzeugt und manipuliert, heute so und morgen so. Alles ist gleich, alles ist richtig, nichts ist gleich und nichts ist richtig, alles ist erlaubt und nichts ist erlaubt, es lebe die Freiheit der Medienanarchie. Freiheit für das Weglassen, Freiheit für das Hinzufügen, Freiheit zur Verformung, Verfremdung, Manipulation.

Der Zuschauer wird schon durch die übliche Funktionsweise des Fernsehens manipuliert. Viele Zuschauer scheinen anzunehmen, dass sie das, was sie im Fernsehen sahen, mit ihren eigenen Augen wahrnahmen. Der Zuschauer denkt, dass er selbst tatsächlich dabei war. Er weiß es, weil seine eigenen Augen es sahen. Aber der Zuschauer sieht nicht das Ereignis, sondern eine überarbeitete Form des Ereignisses, das zu einem Symbol, zu einem Bild verarbeitet wurde. Dabei bildet sich der Zuschauer Objektivität und Wahrheit ein.

Wie aber ein Ereignis zu einem Symbol und zu einem Bild verarbeitet wird, das wird durch die Weltanschauung der vielen bestimmt, die in den Fernsehanstalten tätig sind. Dort wird festgelegt, was Nachrichten sind und wie sie zu Fernsehbildern verarbeitet werden. Die Weltanschauung dieser Leute ist wie ein Sieb, durch das alle Informationen hindurch müssen.

Verschiedene Nachrichtenorganisationen, Zeitungen, Nachrichtenmagazine, Presseagenturen und Rundfunkanstalten sind in der Lage, Nachrichten hervorzubringen. Sie sind die Nachrichtenerzeuger: wenn hier etwas auftaucht, wird es zur Nachricht. Diese Nachrichtenerzeuger machen nicht nur bestimmte Dinge zu Nachrichten – während anderes »unter den Tisch fällt« –, auch die Färbung, die sie den Nachrichten geben, wird übernom-

---

<sup>2</sup> Schelsky, Helmut: *Die Arbeit tun die anderen*. Klassenkampf und Priesterherrschaft der Intellektuellen, Opladen 1975.

men. Diese Färbung ist häufig durch den ersten Satz eines Nachrichtenteils bestimmt, der den Bericht so zusammenfassen soll, dass die Aufmerksamkeit geweckt wird. Wenn dieser geschickt zurechtgestutzt ist, liegt damit oft schon die ganze Tendenz des Berichtes fest; der ganze Bericht – und vielleicht sogar mit diesem zusammenhängende Berichte – werden von diesem Satz her verstanden.

»Alle haben das Recht, alles zu wissen«, so fasst Alexander Solschenyzin den Grundsatz der westlichen Freiheit für die Presse zusammen. Er fährt fort: »Die verlogene Parole eines verlogenen Jahrhunderts; weit höher zu bewerten ist das in Verlust geratene Recht des Menschen nicht zu wissen, nicht auf seine von Gott gegebene Seele mit Geklatsch und hohlem Unsinn einzutrommeln. Menschen, deren Dasein ausgefüllt ist mit echtem Werk und Inhalt, bedürfen nicht dieses Überflusses an Informationsballast.«<sup>3</sup>

»Viele Journalisten stellen nicht das zur Debatte, was die Gesellschaft bewegt, sondern das, was die Gesellschaft ihrer Meinung nach bewegen sollte. Ausdruck der Publizistenideologie ist die als Ethos kostümierte Auffassung man dürfe doch X oder Y kein ›Podium bieten‹. Wem ich ein Podium biete, sagen viele Journalisten, entscheide ich selbst. Die Folge ist eine immer größer werdende Kluft zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung.«<sup>4</sup> Der nächste Abschnitt wird sich im Detail mit den Begriffen Wirklichkeit und Bewusstsein beschäftigen.

## **Wirklichkeit und das menschliche Bewusstsein**

Es leuchtet unmittelbar ein, dass die Massenmedien auf Grund ihres Wesen und ihrer Funktionsweise einen großen Einfluss auf das Bewusstsein der Menschen haben. Deshalb ist es in unserem Zusammenhang wichtig den Begriff des Bewusstseins etwas zu präzisieren. Dazu soll zunächst der Frage nachgegangen werden: Auf welche Weise erschließt sich dem Menschen die Wirklichkeit?

Die Wirklichkeit ist dadurch gegeben, dass in dieser räumlich-zeitlich-irdischen Welt alles Gegebene und alles, was geschieht, die Offenbarung eines zugrundeliegenden Geistigen ist. Dabei bilden das Gegebene und alles, was geschieht mit dem zugrundeliegenden Geistigen eine Einheit. Der

---

<sup>3</sup> Höhler, Gertrud: *Die Anspruchsgesellschaft*. Von den zwiespältigen Träumen unserer Zeit, Düsseldorf 1981.

<sup>4</sup> Glotz, Peter: *Die politische Krise als Kommunikationskrise*. Eine kommunikationswissenschaftliche Makroanalyse, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Heft 36/37, 1997 (3-7).

Mensch ist nun so in den Welt gestellt, dass ihm die Wirklichkeit auf zwei Wegen entgegenkommt: einerseits als Wahrnehmung über seine Sinnesorgane und andererseits als Begriff, der das zugrundeliegende Geistige enthält. Dabei erscheint der Begriff als Intuition und wird durch die denkerische Aktivität gewonnen. Erst dann, wenn der Mensch in seinem Bewusstsein seiner Wahrnehmung das zugrundeliegende Geistige in Form des Begriffs zugefügt hat, erst dann hat er begriffen und damit erkannt, erst dann wird ihm bewusst, was er wahrgenommen hat.

Das Zusammenfügen von Wahrnehmung und Begriff erfolgt im Raume des Bewusstseins, das im Zuge solcher Erkenntnisvorgänge aufzuleuchten beginnt. Die durch die Sinne gemachten Wahrnehmungen werden dem Menschen durch den Erkenntnisvorgang bewusst. Auf dieser Grundlage gelangt er zu seinem Wissen über die Geschehnissen und Gegenstände in der Welt um ihn herum. Auf dem Hintergrund dieser Grundstruktur kann das Wesen der Medien begriffen werden.

## **Wirklichkeitstransformation durch die Medien**

Welche Bedeutung kommt nun, so ist zu fragen, dieser Grundstruktur zu angesichts der Medien? Der Soziologe Niklas Luhmann schreibt: »Was wir von der Gesellschaft und ihrer Welt wissen, wissen wir fast ausschließlich durch die Massenmedien. Gleichzeitig haben wir jedoch den Verdacht, dass dieses Wissen manipuliert wird. Zumindest kommt es extrem selektiv zustande, gesteuert zum Beispiel durch wenige Faktoren, die den Nachrichtenwert von Informationen bestimmen oder Unterhaltungssendungen attraktiv erscheinen lassen.«<sup>5</sup> Von den Massenmedien kommt dem Fernsehen eine besondere Bedeutung zu. Dieses Medium vermittelt eine Authentizität, die eigentlich gar nicht gegeben ist. Der Mensch, der ein bestimmtes Geschehen auf dem Bildschirm verfolgt, hat den Eindruck, er sei unmittelbar dabei gewesen; er ist sich in der Regel der Manipulationsmöglichkeiten nicht bewusst.

Offensichtlich ist mit der medialen Übermittlung eine Filterwirkung verbunden. Welche Faktoren bestimmen die Art und Weise der Filterwirkung? Weltsicht, Weltanschauung und Voreingenommenheit des Journalisten können eine Verzerrung der Wahrnehmung zur Folge haben. Der Journalist sieht möglicherweise die Welt durch eine ›Brille‹, welche die Welt filtert

---

<sup>5</sup> Luhmann, Niklas: *Die Realität der Massenmedien*, Heidelberg 2004.

und neu strukturiert. Beispiele solcher Brillen sind: der Viktimismus, der Moralismus und der Marxismus.

Man muss also ins Auge fassen, dass wir es mit einer Wirklichkeitstransformation zu tun haben, die bei der medialen Übertragung durch das ›Fernsehen‹ am meisten ausgeprägt ist. Um den Weg der medialen Übertragung beispielhaft zu verfolgen: Eine Kamera nimmt ein bestimmtes Weltgeschehen auf. Dieses durchläuft dann die mediale Filterung und auf dem Fernseh Bildschirm des medialen ›Kunden‹ erscheint das Bild einer ›transformierten Wirklichkeit‹, das dieser wahrnimmt. An dieser Stelle kommt die eingangs geschilderte Grundstruktur der Entstehung der Wirklichkeit im Bewusstsein des Menschen zur Geltung.

Was wird denn eigentlich von dem Betrachter eines Fernsehbildes wahrgenommen? Hier sollte man sich die Technik der Übertragung vergegenwärtigen. Die Kamera tastet mit hoher Geschwindigkeit das Bild eines Geschehens ab und die Bildpunkte werden zeitlich nacheinander übertragen. Folglich wird von dem Betrachter eines Fernsehbildes immer nur ein Punkt wahrgenommen. Allerdings verschafft die extrem hohe Geschwindigkeit die Illusion eines Bildes. Im Sinne der eingangs geschilderten Grundstruktur muss der Betrachter, der die Illusion eines Bildes wahrnimmt, durch denkerische Aktivität die passende Begrifflichkeit finden und der Wahrnehmung zufügen, um eine in jedem Fall transformierte Wirklichkeit in seinem Bewusstsein zu erleben. Der Betrachter muss schon ein hohes Maß an Naivität aufbringen, um bei sich das Gefühl entstehen zu lassen, er sei bei einem Geschehen dabei gewesen, weil er es doch selbst gesehen hat.

Man hat es also mit einer Transformation der Wirklichkeit durch die Filterwirkung des Mediums zu tun. Diese Filterwirkung hat zwei Komponenten: Erstens die Eigenheiten des Mediums und zweitens das Handeln der Journalisten, das durch Weltsicht, Weltanschauung und Voreingenommenheit bestimmt wird. Es besteht die Möglichkeit, die im Bewusstsein des Fernsehzuschauers entstehende Pseudo-Wirklichkeit an den Anfang des Journalistischen Handelns zu setzen. Dann wird der Journalist die mediale Filterwirkung so einstellen, dass sich eine bestimmte vom Zuschauer wahrzunehmende Wirklichkeit ergibt. Das ergäbe dann eine vollständige Manipulation. Das Denken des Zuschauers wurde enteignet. Dieser Enteignung seines Denkens ist sich der Zuschauer in der Regel nicht bewusst; vielmehr glaubt er sich gut informiert; denn schließlich ist er doch dabei gewesen, so glaubt er.

## **Wirklichkeit und Pseudo-Wirklichkeit**

Das Aufkommen der Massenmedien in der Welt des Menschen macht es offenbar erforderlich, streng zu unterscheiden zwischen einer ›echten Wirklichkeit‹ und einer ›Pseudo-Wirklichkeit‹. Die echte Wirklichkeit beruht auf direkten Wahrnehmungen durch seine Sinne in der Welt, wobei er die Wahrnehmungen durch seine denkerische Aktivität zu Erkenntnissen verarbeitet, die er begriffen hat, indem er sie auf den Begriff gebracht hat. Eine Pseudo-Wirklichkeit wird dem Menschen vermittelt über das Massenmedium Fernsehen, indem er seine Wahrnehmungen auf dem Bildschirm eines Fernsehgerätes macht; denn diese Wahrnehmungen haben nur sehr wenig mit den Wahrnehmungen zu tun, die ein Beobachter am Ort des Geschehens machen würde. Um aus den Wahrnehmungen auf dem Bildschirm so etwas wie eine Wirklichkeit entstehen zu lassen, ist schon eine große denkerische Aktivität erforderlich.

Allerdings sollte es vielen Fällen durchaus möglich sein, den Manipulationscharakter einer Sendung zu durchschauen. Dazu ein Beispiel, in dem die Regierung eines Landes einen Aufstand von Rebellen niederzuschlagen versucht. Auf dem Bildschirm ist zu sehen, wie Truppen der Regierung und Milizen randalieren in Städten und Dörfern, verschleppen systematisch Männer aus ihren Häusern, um sie gemeinsam zu exekutieren. Haus und Eigentum werden kaltblütig verbrannt und manchmal auch die Leichen der Getöteten. Sie schießen rücksichtslos in Wohngebiete und töten und verletzen Männer, Frauen und Kinder. Gefangene werden routinemäßig gefoltert, manchmal bis zum Tode.« Dieser Text weist typische Merkmale von Propaganda auf: zahlreiche auf die Spitze getriebene Gräuel in unnatürlicher Anhäufung und Verdichtung, Zivilisten, insbesondere Frauen und Kinder als Opfer in einem Kriegsgeschehen, Darstellung der Akteure als ›durchgeknallt‹, ›tollwütig‹ und ›außer Rand und Band‹. Die emotionale Wirkung der Nachrichtensendung unterbindet den Denkprozess. Da die geschilderten Gräuel enorme Emotionen heraufbeschwören, schließt sich das Handeln direkt an die Emotionen an; das Denken wird ausgeschaltet. Eine sachliche Betrachtung des Textes würde diesen unabhängig von Beweisen als unlogisch und unwahrscheinlich entlarven. Welchen Sinn würde es machen, wenn die Truppen der Regierung die eigenen Dörfer verwüsten, Männer, Frauen und Kinder umbringen und Häuser abfackeln würde? Natürlich gar

keinen. Vielmehr würde es die Zivilbevölkerung in die Arme der Rebellen treiben.

## **Journalismus als eigenständiger Akteur**

Man kann davon ausgehen, dass die Mehrheit der Fernsehzuschauer die Nachrichtensendungen konsumiert und dabei glaubt, über das Weltgeschehen informiert zu werden. Wie bereits gezeigt, verfügen die an den Schaltebelen der Medien sitzenden Journalisten über eine derartige Machtposition, dass sie der Versuchung nicht widerstehen, als eigenständiger Akteur aufzutreten. Damit wird die Lehrbuchvorstellung von der Demokratie als Herrschaft des Volkes mit dem Strukturmerkmal der Gewaltenteilung gesprengt, indem sich neben den drei klassischen Gewalten der Exekutive, der Legislative und der Judikative die Medien faktisch als ›Vierte Gewalt‹ etablieren, die keiner Kontrolle unterliegt. Auf diese Weise ist etwas völlig Neues entstanden. Man spricht von einer Mediendiktatur oder von einer Mediokratie, die von einigen als ›höchste Form der Demokratie‹ gepriesen, aber von ihren Gegnern als Mediendiktatur beschimpft und als Zwangskollektivierung des Bewusstseins bekämpft wird. Das ganze System der Mediendiktatur ist ja genial! Es ist eine Besatzungsmacht in den Köpfen, die die Besetzten gar nicht wahrnehmen.

Aber das Wissen um die enormen Einflussmöglichkeiten des Journalismus ist ja nicht neu. Bereits 1928 beschrieb in illusionsloser Weise Edward Louis Barnays, der neben Ivy Lee als Vater der ›Public Relation‹ – er selbst prägte für seinen Beruf die Bezeichnung ›Public Relation Counselor‹ – gilt, das Zusammenwirken von Demokratie und Medien: »Die bewusste und zielgerichtete Manipulation der Verhaltensweisen und Einstellungen der Massen ist ein wesentlicher Bestandteil demokratischer Gesellschaften. Organisationen, die im Verborgenen arbeiten, lenken die gesellschaftlichen Abläufe. Sie sind die eigentlichen Regierungen in unserem Land. Wir werden von Personen regiert, deren Namen wir noch nie gehört haben. ... Doch das ist nicht überraschend, dieser Zustand ist nur eine logische Folge der Struktur unserer Demokratie.«<sup>6</sup>

Der Medienwissenschaftler Thomas Meyer beschreibt die Situation auf folgende Weise: »Wir sind Zeugen einer kopernikanischen Wende in der

---

<sup>6</sup> Barnays, Edward Louis: *Propaganda, deutsche Erstausgabe: übersetzt von Patrick Schnur*, Freiburg im Breisgau 2007.

Politik, in der die Parteiendemokratie zur Mediendemokratie wird: Die Regeln der medialen Politikdarstellung, die Selektion spektakulärer Ereignisse, Theatralität und die Orientierung an hochinszenierten Effekten, die weite Teile des Mediensystems bestimmen, beginnen zunehmend auch die Politik zu regieren. Die Rollen vertauschen sich: Während in der Parteiendemokratie die Medien die Politik beobachten sollten, damit sich die Staatsbürger eine vernünftige Meinung von ihr bilden können, beobachten in der Mediendemokratie die politischen Akteure das Mediensystem, damit sie lernen, wie sie sich und was sie präsentieren müssen, um in den Medien häufig und attraktiv präsent zu sein.«<sup>7</sup>

### **Machtausübung durch Skandalisierung**

Angesichts der Tatsache, dass täglich Millionen von Menschen mehrere Stunden vor dem Fernsehgerät verbringen, leuchtet es ein, dass auf Grund der Filterwirkung der Medien und der in ihnen stattfindenden Wirklichkeitstransformation die Journalisten, die an den Schalthebeln der Medien sitzen, über einen ungeheuren Einfluss verfügen. Dieser Einfluss zeigt sich, wenn auf informelle Weise von den Medien die Funktionen von Richtern, Staatsanwälten, Polizeibeamten und Vollzugsbeamten gleichzeitig wahrgenommen werden. Wie kann das geschehen?

Das folgende Ablaufszenario kann veranschaulichen. Auf Grund der Anzeige eines investigativen Journalisten vermutet die Staatsanwaltschaft einen Straftatbestand und beginnt mit entsprechenden Ermittlungen. Diese machen nach Ansicht der Staatsanwaltschaft eine Hausdurchsuchung bei dem Beschuldigten erforderlich. Ein Kordon von Polizeifahrzeugen fährt bei dem Wohnhaus des Beschuldigten vor und trifft dort auf eine größere Anzahl von Journalisten und Pressephotographen. Die Polizei beschlagnahmt Akten und führt, weil der Staatsanwalt Fluchtgefahr konstatiert, den Beschuldigten unter dem Blitzlichtgewitter der Pressephotographen in Handschellen ab. Anschließend in den Tagen darauf erfolgt ein Medien-echo, bei dem in skandalisierender Weise über die Person des Beschuldigten und den ihm zur Last gelegten Straftatbestand berichtet wird.

Dieses Ablaufszenario setzt eine enge Verbindung zwischen Staatsanwaltschaft und Medien voraus. Von entscheidender Bedeutung ist, dass die

---

<sup>7</sup> Meyer, Thomas: *Mediokratie*. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien, 2001, S. 75.

Medien das, was dem Beschuldigten zur Last gelegt wird, skandalisieren und dem unbefangenen Medienkonsumenten den Eindruck vermitteln, als sei der zur Last gelegte Straftatbestand bereits erwiesen. Dabei spielt es keine besondere Rolle, dass in der Berichterstattung statt vom ›Täter‹ immer vom ›mutmaßlichen Täter‹ gesprochen wird. So sieht sich der Beschuldigte in der Öffentlichkeit diskreditierenden und moralisch verwerflichen Vorwürfen ausgesetzt, die seine persönliche Reputation untergraben, während sich die gegen ihn erhobenen Vorwürfe möglicherweise als haltlos erweisen.

Wir haben die mediale Vorverurteilung eines Beschuldigten und die Einrichtung eines medialen Prangers. Der elementare Rechtsgrundsatz, dass jeder Beschuldigte als unschuldig zu gelten hat, solange seine Schuld nicht erwiesen ist, wird massiv verletzt. Die Feststellung der Schuld ist aber ausschließlich Sache eines ordentlichen Gerichts. Eine wichtige Rolle spielte bei dem Vorgang das Verfahren der Skandalisierung.

Ein Skandal bezeichnet ein Aufsehen erregendes Ärgernis und die damit zusammenhängenden Ereignisse oder Verhaltensweisen. Bei einem Skandal handelt es sich um eine allgemeine Entrüstung oder Empörung im Sinne eines moralischen Gefühls. Zu wissen, worüber sich eine Gesellschaft empört, lässt ablesen, wo und wie die überschrittenen Grenzen liegen. Insofern lassen sich über Skandale Rückschlüsse auf die jeweiligen Norm- und Wertvorstellungen bzw. Konventionen einer Gesellschaft ziehen. Ein Vorgang, der in einer bestimmten Region oder einer bestimmten Gesellschaft einen Skandal hervorruft, muss dies nicht zwangsläufig auch in einer anderen bewirken. Was früher einen Skandal hervorgerufen hat, muss heute nicht wieder zu einem führen.

Alle Skandale haben gemeinsame Merkmale. Der Mainzer Kommunikationsforscher Hans Mathias Kepplinger umreißt diese Merkmale<sup>8</sup>: Am Anfang steht ein Missstand, ein Verstoß gegen Moral und Recht, der einer konkreten Person oder Organisation zugerechnet werden kann. Es folgen zahlreiche Medienberichte, die den Missstand anprangern und ihn als so bedeutend herausstellen, dass er für jeden von Interesse sein muss. Die Bevölkerung ist empört und der ›Täter‹ sieht sich als Opfer einer Kampagne, die ihn zu Konsequenzen zwingt – oder auch nicht.

---

<sup>8</sup> Vgl. Kepplinger, Hans Mathias: *Die Mechanismen der Skandalisierung*. Warum einige öffentlich untergehen und andere nicht, München 2012.