Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 28 (1976)

Heft: 23

Artikel: Immer Ärger mit den Medien : Radio und Fernsehen unter Machtverdacht [Fortsetzung]

Autor: Menningen, Walter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-933199

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Lässt der Western überhaupt noch neue Möglichkeiten offen?

Natürlich ist es schwer, nach 80 Jahren Filmgeschichte etwas Neues zu schaffen, aber beim Western ist es nicht die Neuheit, die fasziniert, sondern die Story des Films.

Welches sind Ihrer Meinung nach die besten Western-Schauspieler?

Von der älteren Generation Lee Marvin, bei den neueren Semestern De Niro.

Was denken Sie über das Schweizerische Filmschaffen?

Da muss ich passen; ich kenne fast keinen Schweizer Film, sie werden in Italien auch nie gezeigt.

Interview: Andy Gross

In der nächsten Nummer folgt ein Exklusiv-Interview mit Sergio Corbucci.

SERIE

Immer Ärger mit den Medien

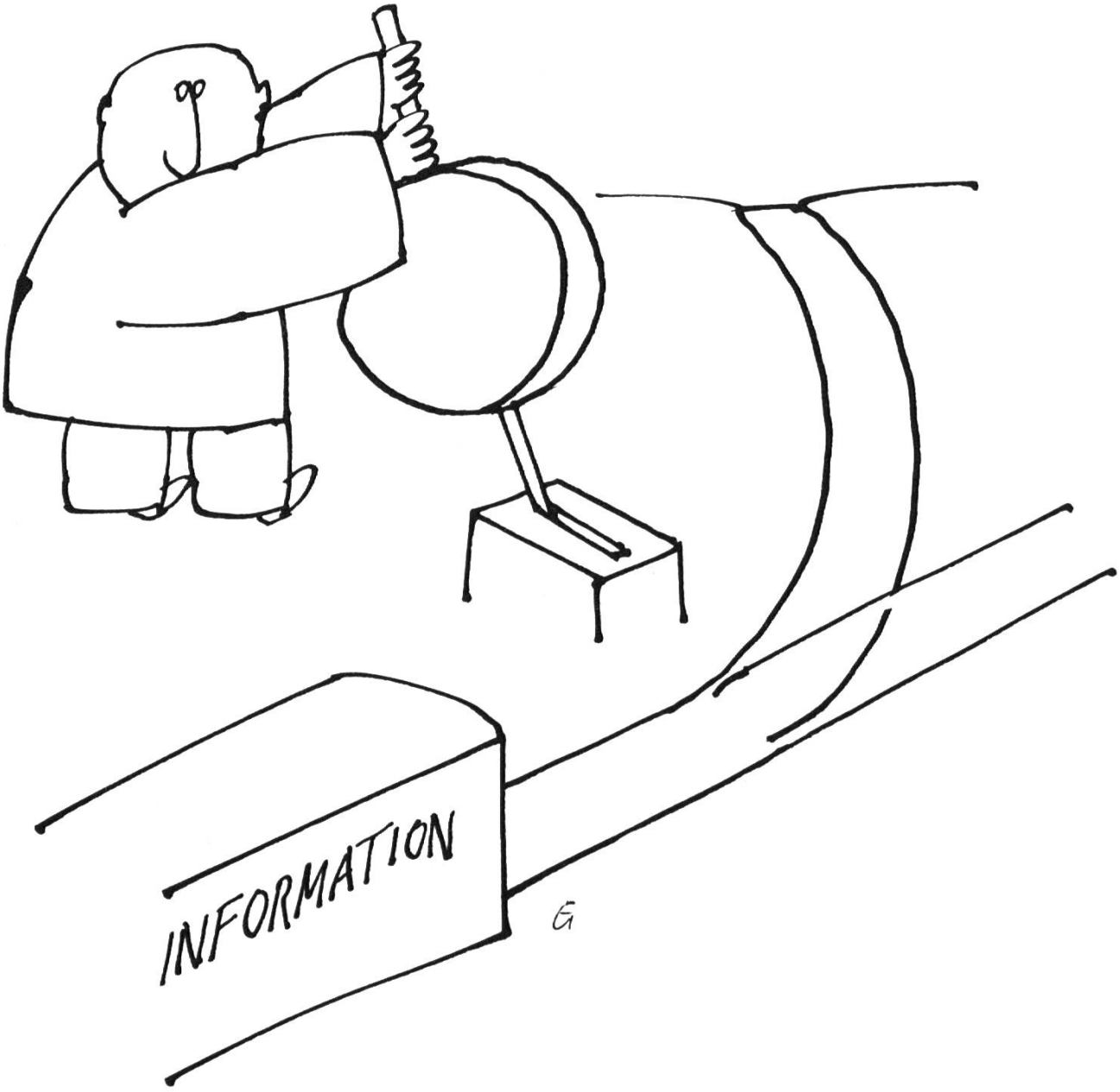
Radio und Fernsehen unter Machtverdacht

Abhängigkeit des Journalisten

Gesellschaftliche Kommunikation, die das Zusammenleben und den Zusammenhalt des Ganzen und seiner Teile (System und Subsysteme) gewährleistet, ist ohne Massenmedien nicht vorstellbar. Denn für alle gesellschaftlichen Gruppen und Institutionen ist die Vermittlung und Verarbeitung von Informationen eine Lebensnotwendigkeit. Gruppen und Institutionen können sich in der Öffentlichkeit, im Gesamtsystem nur behaupten, wenn sie rechtzeitig auf die Herausforderungen der Umwelt reagieren können. Eine Gruppe, die sich veränderten Umweltbedingungen nicht anzupassen in der Lage ist, wird von der Bildfläche (um nicht zu sagen: vom Bildschirm) verschwinden. Die Kommunikationsbedingungen in modernen Gesellschaften zwingen alle Gruppen und Organisationen, Informationsstrategien zu entwickeln. Wohl ist die Informationspolitik der organisierten Interessen abhängig von der Arbeitsweise der Journalisten und den ungeschriebenen Gesetzen der Publizistik. Aber diese sind weithin berechenbar, woraus sich wiederum eine Abhängigkeit der Massenmedien von den Informationsstrategien der Interessengruppen im weitesten Sinn ergibt.

Begrenzte Autonomie der Massenmedien

Die Berechenbarkeit journalistischer Arbeitsweise beruht vor allem auf der Tatsache, dass die Journalisten nach einem nahezu uniformen Prioritätenkatalog ihre Nachrichtenauswahl treffen. Das Ungewöhnliche rangiert vor dem Alltäglichen. Dem Prominenten wird mehr Platz eingeräumt als dem politischen Hinterbänkler, auch



wenn letzterer Wichtigeres zu sagen weiss. Schreckensmeldungen finden eher Abnehmer als ein Rechenschaftsbericht. Kuriositäten lassen sich leichter verkaufen als Routineaktivitäten. Einer Sache, die viele betrifft, wird der Vorrang vor den Problemen weniger gegeben. Anhand solcher Erkenntnisse lässt sich schon eine wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit entwickeln! Ein weiteres Element der nur begrenzten Autonomie, der nur bedingten Unabhängigkeit und Selbständigkeit der Massenmedien hinsichtlich der Auswahl und Verarbeitung von Informationen ist der Druck, der von Lesern, Hörern und Zuschauern ausgeübt wird. Diese Feststellung mag zunächst überraschen; denn verbreitet ist die Auffassung, dass Leser, Hörer und Zuschauer den Medien eher ausgeliefert sind, als dass sie selbst Einfluss nehmen könnten. Stellt man jedoch die Erkenntnisse über das Funktionieren hochorganisierter Gesellschaften in Rechnung, dann sieht die Sache anders aus.
Die Massenmedien sind weitgehend autonom, jedoch nur im Rahmen eines vorgegebenen Kommunikationszieles, nämlich darin, auf die je eigene Weise ihre Kunden zu informieren und zu unterhalten. Sie sind in der Regel frei in der inneren Organisation und Arbeitsteilung. Aber mit der Autonomie ist es sehr schnell vorbei, wenn sie erfolglos sind: Abonnenten verlieren, keine Hörer oder Zuschauer mehr haben, an

Glaubwürdigkeit einbüssen. Erfolg oder Misserfolg eines Mediums hängt also wesentlich davon ab, ob es die Erwartungen und Gewohnheiten des Publikums erfüllt. Die Kommunikationserwartung ist auf Information als Orientierungs- und Lebenshilfe sowie auf Unterhaltung gerichtet. Die Kommunikationsgewohnheit verlangt Aktualität, Universalität und Ausgewogenheit der Information. Der Anpassungsdruck, der vom Publikum ausgeht, kann offenbar beliebig verstärkt werden, wenn es den gesellschaftlichen Gruppen gelingt, über ihre eigenen Informationskanäle, insbesondere auch durch einen direkten Appell an die Gruppenmitglieder, ihre Anhänger zu mobilisieren. Schliesslich gehört jeder Mensch im engeren und weiteren Sinne organisierten gesellschaftlichen Gruppen an, deren Normen und Wertvorstellungen ihn bestimmen und die auch dann wirksam sind, wenn er Zeitung liest oder allein vor dem Fernsehapparat sitzt. Der hohe gesellschaftliche Organisationsgrad ermöglicht Mobilisierung auch ohne die herkömmlichen Massenmedien, je nach Interessenlage auch gegen sie. Diese organisierten sozialen Systeme äussern die Publikumserwartungen und -gewohnheiten sehr nachdrücklich. Dies gilt nicht nur im politischen Bereich (Regierung und Parteien), sondern auch für Verbände, Interessengruppen, Vereine oder Bürgerinitiativen. Leser, Hörer und Zuschauer achten im übrigen als Gruppenmitglieder sehr darauf, dass ihre Repräsentanten in den Medien gebührend berücksichtigt werden.

Uniformität des Informationsangebotes

Die Teilnahme am gesellschaftlichen Kommunikationsprozess ist dem einzelnen trotz der durch die Verfassung garantierten Meinungs- und Meinungsäusserungsfreiheit über diese Medien kaum mehr möglich. Das Individualrecht der Meinungsäusserungsfreiheit kann im System der Massenmedien nur mehr wirksam werden, wenn es durch eine verbriefte Organisationsfreiheit abgesichert ist. Den Veröffentlichungen der organisierten Interessen können sich die Massenmedien nicht entziehen. Dafür sorgt die Konkurrenz der Medien untereinander. Und auch der Druck des Publikums. Diese Steuerungsmechanismen sind nicht ohne Auswirkung auf das Informationsangebot der Medien, das häufig uniform erscheint, selbst wenn sie sich in ihrer politischen und weltanschaulichen Grundhaltung unterscheiden oder durch Gesetz zu Ausgewogenheit verpflichtet sind. Das Geschäftsprinzip verlangt, dass Medien, die sich an das allgemeine Publikum wenden, ständig versuchen müssen, allen gerecht zu werden, die Erwartungen und Gewohnheiten des gesamten Publikums zu befriedigen. Für die Uniformität des Informationsangebotes gibt es noch zwei weitere Gründe: die Abhängigkeit des Journalisten von den Informanten und von den Bedingungen der Informationsvermittlung.
Die Pressestellen legen im allgemeinen vorgefertigtes Informationsmaterial vor, das Ausgangspunkt der journalistischen Eigenarbeit ist. Oft reicht die Zeit nicht aus, dieses Material wirklich grundlegend zu bearbeiten. Die Formulierungen der Pressestellen, zumal wenn sie klar und griffig sind, finden also Eingang in die journalistisch bearbeitete Fassung, wobei die formulierte Vorgabe in den meisten Fällen auch die Tendenz der späteren Veröffentlichung in den Medien bestimmt. Je komplizierter die Materie, desto stärker ist der Journalist zudem auf Erläuterungen der Informanten angewiesen, womit sich diesem noch einmal eine Einwirkungsmöglichkeit auf die Arbeit des Journalisten eröffnet. Die Vermittlung von Informationen setzt voraus, dass der Nachrichtenstoff stark vereinfacht wird, damit er von den Massenmedien verbreitet werden kann. Dazu ist es unumgänglich, dass der Journalist einfache Redewendungen benutzt, die von einem breiten Publikum verstanden werden, genauso wie das Fernsehen sich immer wieder um einfache und eingängige Bilder bemühen muss. Damit werden die Informationen in allen Medien eintönig, ganz abgesehen davon, dass der ständige Gebrauch vereinfachender Redewendungen und Bildsequenzen diese einer starken Abnutzung aussetzt. Dies wird nur durch die beharrliche Vorliebe des Publikums für das Gewohnte aufgewogen.

In den journalistischen Arbeitsbedingungen also, nicht in journalistischem Fehlverhalten, liegen häufig die Ursachen für Beschwerden über verfälschte und Fehlinformationen, über die Vernachlässigung journalistischer Sorgfaltspflicht oder schlicht darüber, dass die Medien die Unwahrheit berichten. Der Streit geht meist darum, wann die notwendige Vereinfachung in eine unzulässige, weil verfälschende Vereinfachung umschlägt. Die Grenze wird nie exakt zu ziehen sein. Für den Urheber einer Information liegt sie näher der ursprünglichen Fassung, für den Empfänger eher dort, wo sie der Journalist gezogen hat. Kein Berufsstand wird zufrieden sein, wenn er liest, was die Journalisten etwa aus seinem Jahreskongress gemacht haben. Aber für die Leser, die diesem Stand nicht angehören, wäre ein Mehr zuviel und meist nicht mehr verständlich.

Rasche Information – rasche gesellschaftliche Entwicklung

Diese Überlegungen und Anmerkungen sollen nicht entmutigen. Trotz den aufgezeigten Schwierigkeiten erfüllen ja die Massenmedien im wesentlichen ihre Aufgabe, wie auch ihre ärgsten Kritiker letztlich einräumen. Die Unzulänglichkeiten aufzuzeigen heisst zugleich die Journalisten herausfordern, sich für ihre Arbeit besser zu rüsten. Die Massenmedien sind der Kitt, der Gesellschaften und Organisationen zusammenhält, wie Norbert Wiener sagt. Je vollkommener das Kommunikationssystem wird, je schneller und weiterreichend die Nachrichtenübermittlung, desto rascher werden die gesellschaftlichen Entwicklungen ablaufen. Von den modernen Massenmedien werden zunehmend auch jene Bevölkerungskreise erreicht, die bisher nur mit Verzögerung am gesellschaftlichen Kommunikationsprozess teilhatten.
Die Massenmedien und insbesondere das Fernsehen haben Anteil an der zunehmenden politischen Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Politische Informationen gelangen in einem Umfang auch an politisch Desinteressierte wie zu keinem früheren Zeitpunkt. Die elektronische Informationsvermittlung hat eine Geschwindigkeit erreicht, die heute vielfach Aktion und Reaktion zu einem Ereignis werden lassen. Über die Nachrichtensatelliten kann die gesamte Weltöffentlichkeit gleichzeitig und scheinbar unmittelbar Zeuge wichtiger Ereignisse werden. Aber zugleich ist festzuhalten, dass dieser stetig anschwellende Informationsstrom, der auch Ungeübte erreicht und erfasst, vielfach Unsicherheit bringt, vor der sich der einzelne nur in seiner überschaubaren Umgebung schützen kann, die ihm helfen muss, die Informationen zu entschlüsseln und die Welt zu verstehen. Nur durch diesen Filter wirken die Inhalte der Medien.

Walter Menningen

In der nächsten Nummer folgen die Zusammenfassung und ein Schlusswort von Regionaldirektor Dr. Gerd H. Padel (10. und letzter Teil der Serie).

ZOOM-FILMBERATER als Weihnachtsgeschenk

Dass Sie mit ZOOM-FILMBERATER in Ihrer Verwandtschaft oder Bekanntschaft Freude bereiten könnten, haben Sie sich sicher auch schon überlegt. Um Ihnen die Verwirklichung dieser Geschenkidee, die ein ganzes Jahr lang anregende Auseinandersetzung verspricht, zu erleichtern, hält die Administration wiederum Geschenkgutscheine bereit. Für Schüler aller Stufen und Studenten gewährt ZOOM-FB ein verbilligtes Abonnement (Fr. 25.– statt Fr. 30.–). Wenden Sie sich bitte an die Administration der Firma Stämpfli & Cie AG, Postfach 2728, 3001 Bern (Tel. 031/ 232323) oder an eine der Redaktionen.