

Kompetenzraster	Meisterschaft
Feld	2A/1 (Menschsein meistern, Beginner)
Thema	Ich gehe bewusst mit Massenmedien um
Autor/Quelle	H. Schmid



Massenmedien

1. Darum geht es

Mit Massenmedien sind Presseerzeugnisse (Zeitungen, Zeitschriften...), Hörfunk (Radio) und Television (Fernsehen) gemeint, ebenso das Internet im Sinne, dass es massenhaft verbreitet ist. Mit Massenmedien bewusst umzugehen heisst, sie bewusst und gezielt zu nutzen und sich nicht von ihnen beherrschen/manipulieren zu lassen.

2. Einleitung

Voraussetzungen: Es sind keine notwendig.

Zeitaufwand: 10 Stunden – plus das bewusste Training im alltäglichen Gebrauch der Massenmedien.

Einzelne Presseerzeugnisse wie Gratiszeitungen, Comics, Werbematerial sowie Fernsehen, Videos und Internet gehören heute zum menschlichen Alltag und nehmen für Viele einen grossen zeitlichen Raum ein. Die Folge ist, dass solche Medien kaum mehr hinterfragt werden und so zu einem Instrument der Beeinflussung und der Manipulation werden können. Das geschieht schleichend, und es wirkt – wenn auch oft völlig unbewusst. Sich hier seine Autonomie zu wahren und seine Entscheidungen unbeeinflusst zu fällen, ist keine leichte Sache. Seine eigenen wirklichen Bedürfnisse zu unterscheiden von all jenen, die via Massenmedien suggeriert werden, wird zur täglichen Herausforderung. Achtsamkeit und Unterscheidungsvermögen sind gefragt. Und oft auch Mut, weniger mit der Masse zu schwimmen, sondern seinem eigenen Weg zu folgen. Dazu will dieser Lernjob Unterstützung geben.

3. Informationen zum Thema

Im Wort 'Massenmedien' steckt das Wort '*Masse*'. Das meint zum einen, dass mittels dieser Medien mit einer Vielzahl von Menschen in Kommunikation getreten wird (im Unterschied zur Individualkommunikation, wo mit Einzelnen kommuniziert wird). Immer mehr gilt der Begriff auch in dem Sinne, dass diese Medien weit, also massenhaft verbreitet sind. Und schliesslich sind Massenmedien zu einem wirksamen Mittel geworden, um Massen von Menschen ganz bewusst zu 'steuern', zu beeinflussen.

Die **gemeinsamen Merkmale** von Massenmedien sind (Maletzke, 1963):

- Öffentlich (allgemein zugänglich)
- Medial (durch Nutzung eines technischen Verbreitungsmediums)
- Einseitig (vom Sender zum Empfänger und nicht oder kaum umgekehrt)
- Indirekt (Zeit und Ort von Produktion und Empfang sind nicht identisch)
- An ein fein-verteiltes, 'dispersed' Publikum (verstreute und individuelle Nutzung)

3.1 Zunächst einiges Grundlagenwissen

Der Oberbegriff **Presse** ist abgeleitet von der Druckerpresse aus der Zeit der analogen Drucktechnik und bezog sich ursprünglich auf die Gesamtheit aller verbreiteten Druckerzeugnisse (Flugschriften, Einblattdrucke, Zeitungen, Bücher, Plakate). Etwa um 1850 hat er die Bedeutung „Gesamtheit der Zeitungen und Zeitschriften“ angenommen. Heute werden mit dem Begriff oft nur Tageszeitungen einschliesslich des dazu gehörenden Nachrichtenwesens bezeichnet.

Bei **Boulevardmedien** ist das Auswahlkriterium für die meisten Meldungen nicht der Informationsgehalt. Die Auswahl erfolgt unter dem Gesichtspunkt der Emotionen, die damit erzeugt werden können und damit dem Unterhaltungswert.

Der **Hörfunk**, umgangssprachlich **Radio**, war das erste elektronische Massenmedium, anfangs gleichbedeutend mit Rundfunk, dann in Abgrenzung zum Fernsehen von Technikern auch als Tonrundfunk bezeichnet. In Deutschland startete der regelmäßige Programmbetrieb im Oktober 1923. Hörfunk kann weltweit mit einem Radiogerät empfangen werden.

Als **Fernsehen /TV** (Television) bezeichnet man im Allgemeinen eine Technik zur Aufnahme von Bildern an einem Ort, deren Übertragung an einen anderen Ort, sowie ihrer dortigen Wiedergabe. Es werden dabei an einem Ort die Bilder abgetastet und zerlegt, über einen Übertragungsweg verbreitet und später an einem anderen Ort mit Hilfe des Fernsehgerätes wiedergegeben. Im Speziellen bezeichnet Fernsehen heute eine Technik, bei der die Bilder bewegt sind und zusätzlich passender Ton übertragen wird. Letzterer wird mit Mikrofonen aufgenommen und meist mit Lautsprechern wiedergegeben.

Das Fernsehen hat sich seit den 1950er Jahren in den Industriestaaten zum Leitmedium entwickelt. Inzwischen haben rund 98 Prozent der deutschen Haushalte mindestens ein Fernsehgerät, 40 Prozent davon sogar zwei oder mehr. Für viele Menschen ist es Teil des Alltags geworden und strukturiert oft sogar den Tagesablauf. Es erfährt eine Zuwendung durch alle Schichten und Altersgruppen und tritt mit einer zuvor nicht gekannten Wirksamkeit an die Stelle aller Institutionen mit publizistischem Anspruch, ohne diese aber vollständig zu ersetzen.

Das **Internet** (Abkürzung für *Interconnected Networks*) ist ein weltweites Netzwerk voneinander unabhängiger Netzwerke. Es dient der Kommunikation und dem Austausch von Informationen. Jeder Rechner eines Netzwerkes kann dabei prinzipiell mit jedem anderen Rechner kommunizieren. Die Kommunikation der einzelnen Rechner erfolgt über definierte Protokolle zum Datenaustausch. Umgangssprachlich wird „Internet“ häufig als Synonym für das World Wide Web (www) verwendet, das jedoch nur einer von vielen Diensten des Internets ist.

3.2 Nun paar Angaben, die von Bedeutung sind für den bewussten und kritischen Umgang mit Massenmedien

Die vermittelte Wirklichkeit

Das heutige Bild der Wirklichkeit ist das medial vermittelte und präsentierte Bild der Wirklichkeit. Ereignisse, die nicht in den Massenmedien wiedergegeben werden, haben in der Öffentlichkeit nicht stattgefunden! Von großer Bedeutung für die mediale Präsenz und den Wert einer Nachricht sind Faktoren wie *Nähe, Prominenz, Personalisierung, Konflikträchtigkeit, Negativismus, Ethnozentrismus, Überraschung*.

Meldungen ohne solchen Nachrichtenwert werden für eine Publikation als nicht tauglich befunden, was sich nachhaltig im Bild der vermittelten Wirklichkeit niederschlägt.

Die Auswahlkriterien, nach denen entschieden wird, ob eine Meldung verbreitenswert ist oder nicht, hat auch mit dem jeweiligen Format zu tun. So werden *Boulevardmedien* in erster Linie darauf achten, ob ein Thema taugt, eine emotionalisierende Wirkung beim Konsumenten zu erreichen und so die Auflage bzw. Einschaltquote zu erhöhen.

Die Aufgaben der Massenmedien sind... – sind sie es wirklich?

- Sie sollen vollständig und objektiv über Ereignisse informieren.
- Journalisten sollen die Vorgänge der Politik und Wirtschaft beobachten, sorgfältig und kritisch recherchieren und ihre Ergebnisse veröffentlichen. Sie dienen als zusätzliche Kontrollfunktion für die Parlamente.
- Massenmedien sollen zur politischen Meinungs- und Urteilsbildung beitragen.

Presse/Boulevardmedien

Freie Meinungsäußerung und Pressefreiheit gelten in modernen demokratisch geprägten Gesellschaften als grundlegendes rechtsstaatliches Prinzip. Damit tragen nicht nur Politiker sondern auch Journalisten Verantwortung für die Demokratie.

Andererseits: Das Streben nach hohen Auflagezahlen und die Bindung der Leser an das Produkt begünstigen sensationsorientierte oder voyeuristische (Steigerung der sexuellen Lust durch Lesen bzw. Betrachten) Berichterstattung. Die zunehmende regionale Monopolisierung außerhalb der Großstädte und die subtile Abhängigkeit von Verlegerinteressen lassen heute Besorgnis an der Eigenständigkeit und Freiheit der Presse entstehen. Das gilt insbesondere, wenn politische Parteien Eigentümer von Zeitungen sind.

Große Verbreitung verleiht Macht, weil so Themen in der Öffentlichkeit „produziert“ werden können und genauso ausgelassen werden können, und das macht eine einseitige Information und somit das Wegbleiben von Meinungsvielfalt wahrscheinlich.

Konsumenten, die Boulevardmedien als einzige Informationsquelle nutzen, laufen Gefahr, sehr einseitig und lückenhaft informiert zu werden. Besonders wenn das Konsumierte nicht hinterfragt wird und kein Bewusstsein darüber besteht, dass es sich um ein Unterhaltungsmedium handelt und die Sprache gezielt Emotionen erzeugen soll.

Fernsehen wirkt orientierend und nivellierend. Wichtiges Instrument dafür ist die ständige Wiederholung. Dadurch wird es zu einer Grundlage der allgemeinen Geschmacks- und Stilbildung und dient der gesellschaftlichen Kommunikation.

Fernsehsender erheben oft den Anspruch, dem Zuschauer einen Blick auf die komplexe Gesellschaft zu präsentieren. Immer mehr und unterschiedlichere Bereiche des gesellschaftlichen Lebens erfahren eine breiter werdende mediale Beachtung. Aber der darzustellende Lebensbereich muss interessant, verständlich und optisch umsetzbar sein. Damit geht von vornherein eine Selektion einher. Tatsächlich ist es in vielen Fällen sogar so, dass Fernsehen die Themen, über welche Verständigung lohnenswert scheint, erst schafft.

Internetsucht und Computersucht

Mit der steigenden Verbreitung des Internets mehren sich die Fälle von Internetsucht. Das heißt, dass die Betroffenen ihren Internetkonsum nicht mehr steuern können und trotz Problemen (beispielsweise Schlafmangel, Eheprobleme, finanzielle Probleme) weiter online sind. Dies kann weit reichende Folgen haben, wie zum Beispiel Verschuldung und beruflicher Abstieg. Aber auch gesundheitliche Schäden wie etwa Bewegungsmangel und falsche Ernährung sind möglich.

Die Existenz einer „Computersucht“ im Sinne einer Abhängigkeit von Computerspielen (ob online oder nicht) ist umstritten: Zweifellos wird durch Computerspiele die Gehirnaktivität gesteigert und die Reaktionsfähigkeit trainiert. Auch ist es möglich, dass gewisse junge Menschen dadurch Erholung und Entspannung gewinnen können. Fragwürdig ist andererseits der Inhalt vieler Spiele, wo es um Krieg und Gewalt geht.

Werbung im Allgemeinen dient der gezielten und bewussten Beeinflussung des Menschen. Der Werbende spricht *Bedürfnisse* an, teils durch emotionale, teils durch informierende Werbebotschaften, zum Zweck der *Handlungsmotivation*.

Werbung appelliert, vergleicht, macht betroffen oder neugierig.

Werbung ist heute allgegenwärtig, nicht nur in den Massenmedien. Ihr zu entgehen hiesse beinahe, mit verbundenen Augen und gestopften Ohren durch die Welt zu gehen.

Unternehmen investieren enorme Mittel in Werbeaktivitäten, im Jahr 2004 in Deutschland etwa 29 Milliarden Euro (Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter).

Manipulation im weitesten Sinne ist ein alltägliches Geschehen und meint lediglich Beeinflussung. Menschen, Lebewesen, Dinge – alles beeinflusst sich dauernd gegenseitig. Erst der Zweck, die Eindringlichkeit und die Mittel der Manipulation machen den Unterschied aus.

Enger verstanden beschreibt der Begriff *Manipulation* eine *gezielte* Einflussnahme. In psychologischer Hinsicht meint er sämtliche Prozesse, welche auf eine Steuerung des Erlebens und Verhaltens von Einzelnen und Gruppen zielen und diesen *verborgen bleiben* sollen.

So kommt es, dass der Begriff zumeist negativ besetzt ist. Denn manipulierte Menschen handeln nicht aus eigenen Einsichten oder Überzeugungen, sondern fremdbestimmt, was in der Regel beim 'Opfer' negative Emotionen erzeugt. Problematisch wird es bestimmt dann, wenn Manipulation die gezielte Verminderung der Willensfreiheit bzw. Kontrolle beabsichtigt.

Spricht man von einer gewollten Veränderung auch seitens der Zielperson, wird eher von *Lernen* oder von *Entwicklung* gesprochen.

(Quelle: Zusammenzüge aus www.wikipedia /Massenmedien)

4. Jobs to do

Schaffe dir Übersicht über die verschiedenen Möglichkeiten der Bearbeitung und nutze dann die Checkliste am Ende dieses Lernjobs, um Einzelheiten und Dringlichkeit zu wählen

- 4.1 Stelle sicher, dass du eine Übersicht hast zum komplexen und umfangreichen Themenbereich 'Medien/Massenmedien', und dass du das Wichtigste darüber weisst.
- 4.2 TV-Unternehmungen, Firmen, Geschäfte, Zeitungen bieten eine Riesenfülle von Informationen an. Bedenke, dass grosse Konzerne, einflussreiche Staaten/Parteien, Banken, finanzstarke Clans usw. weltweit für diese Unternehmen die wichtigsten Kunden bzw. die grössten Geldgeber sind. Als Kunden und Geldgeber verfolgen sie natürlich bestimmte Ziele, das heisst konkret, dass sie Einfluss darauf nehmen wollen, was an die Öffentlichkeit kommt und was nicht. Mit andern Worten: Was – bestimmte Dinge betreffend – in den wichtigen Massenmedien erscheint und wie es daherkommt ist das, was 'die Mächtigen' wollen, dass es bekannt wird. Und was nicht veröffentlicht wird ist das, was auch nicht bekannt werden soll.
Wie objektiv bist du also wirklich informiert, wenn du dich an den täglich gebotenen Informationsquellen orientierst? Wenn zum Beispiel Dinge zu lesen/hören/sehen sind über Kriegsberichterstattung, über Terroristen, über ein neues Medikament, über ein Hilfsprojekt in einem armen Land, über Grippeepidemien, über den Bau eines Einkaufszentrums und vieles mehr. – Diskutiere das Thema mit Kollegen/innen. Notiere dir deine Gedanken. Welche Schlüsse oder Konsequenzen ziehst du für dich daraus?
- 4.3 Recherchiere hierzu zu einem bestimmten Thema, um dir ein eigenes Bild zu machen, zum Beispiel betreffend 'Infektionskrankheiten und Impfen' oder 'Neue Technologien der Energieversorgung'. Benutze Internetquellen wie angegeben unter 6.2, und schau auch unter www.konvergenzen.net, wo du auch weniger offizielle Informationen finden kannst. – Vielleicht willst du deine Ergebnisse deinen Kamerad/innen in einem Vortrag weitergeben.
- 4.4 "Ereignisse, die nicht in den Massenmedien wiedergegeben werden, haben in der Öffentlichkeit nicht stattgefunden" – Kannst du diese Aussage durch konkrete Beispiele widerlegen oder bestätigen?
- 4.5 Hast du dir schon Gedanken gemacht darüber, dass die elektronischen Medien auf der Basis von Schwingungen Informationen übertragen, und dass diesen (offenen) Informationen auch (versteckte) Informationen aufmoduliert sein könnten? Diese merkst du nicht, aber sie wirken ausgezeichnet – eventuell um dich heimlich in eine ganz bestimmte Richtung zu beeinflussen. Willst du dich also mit Dauermusik und Small-Talk berieseln lassen?

5. Kontrollmöglichkeiten

- 5.1 Beobachte dich und dein Verhalten: Wie sehr beeinflussen dich Werbung und Mode? Deine Freunde/Freundinnen? Fans? Autoritätspersonen wie Ärzte, Professoren, Priester, Vorgesetzte? Wie weit bist du in der Lage zu unterscheiden und wirklich *deine* Bedürfnisse zu erkennen und dir *diese* zu erfüllen. – Führe Tagebuch darüber.
- 5.2 Wie kommt es, dass Unglücksfälle, Verbrechen, Leid, Töten, Quälen sehr vielen Menschen zur Unterhaltung dienen und sie diese Dinge richtiggehend suchen? – Wie ist das für dich? Willst du gegebenenfalls etwas ändern?
- 5.3 Wie weit hörst du bei Entscheidungen auf dein Inneres und holst hier, bei dir selber und möglichst unabhängig von aussen, die nötigen Informationen?
- 5.4 Wie steht es mit dem Mut, auf dein Inneres zu hören, wenn das bedeutet, gegen die grosse Masse zu schwimmen und wirklich für deine Entscheidungen selber die Verantwortung zu übernehmen?

6. Verwandte Lernjobs, Links, weiterführende Angaben

- 6.1 Es besteht eine enge Verbindung zum Themenbereich *Kommunikation* (Basiswissen B)
- 6.2 Zum Recherchieren: Internetquellen, zum Beispiel www.google.de, www.wikipedia.de, www.altavista.com, www.wissen.de, www.techweb.com, www.gbt.ch, www.xipolis.net, www.konvergenzen.net.

