

---

Sigrid Baringhorst

## Die mediale Erzeugung des Weltdorfs Globale Solidarität in der Kommunikationsgesellschaft

---



*Dr. Sigrid Baringhorst, geb. 1957 in Havixbeck, Studium der Sozialwissenschaften und Germanistik in Aachen, von 1990 bis 1997 wissenschaftliche Mitarbeiterin bzw. Assistentin am Institut für Politikwissenschaft der Universität Gießen, ist seit 1998 Lecturer in Cultural Politics an der School of Economic and Social Studies der University of East Anglia (GB). Lehr- und Forschungstätigkeit konzentrieren sich auf die Theorie und Praxis des Multikulturalismus und der politischen Kommunikation.*

---

Folgt man den Unkenrufen apokalyptischer Medienkritiker wie Neil Postman oder Jean Baudrillard, so repräsentiert das Fernsehen alles andere als einen Gewinn an Sozialität und Solidarität. In den Negativutopien der Medienpessimisten erscheinen die Medien geradezu als Urgrund aller Entsolidarisierung. Massenmedien fördern, so etwa Baudrillard, aufgrund ihrer spezifischen Logik statt Kommunikation Isolation, statt Information Simulation von Information, statt Glaubwürdigkeit Unglaubwürdigkeit, statt politischer Bewusstwerdung Apathie und Indifferenz.<sup>1</sup> Die technologischen Möglichkeiten hätten demnach die Kommunikationschancen keineswegs verbessert, sondern zerstört. Sie produzierten lediglich eine Fiktion weltweiter Kommunikation und Solidarität. Als Simulationen von Kommunikation könnten selbst Mitleid erregende Fernsehbilder und humanitäre Medienappelle, die eine transnationale Solidarität einfordern, nur eine Simulation von Solidarität erzeugen. Ihre Effekte seien unabhängig von den Intentionen der Akteure und verhielten sich gegenüber den erklärten normativen Zielen grundsätzlich und ausschließlich kontraproduktiv. Allein indem sie sich auf die Logik der Medienkommunikation einließen, vergrößerten selbst die eindringlichsten Bilder menschlichen Leidens, selbst die wohl gemeintesten Benefizaktionen und Spendenappelle für die Hungernden Afrikas

---

1 Vgl. z.B. Jean Baudrillard, Telekratie, in: Gerd Kaiser u.a. (Hg.), Kultur und Technik im 21. Jahrhundert. Frankfurt/M. 1993, S. 255-268.

oder die Opfer des Bürgerkriegs in Ex-Jugoslawien lediglich die allgemeine "Pathologie der Information" durch eine weitere Flut bedeutungsloser Zeichen.

Eine derart apokalyptische Fundamentalkritik verkennt, dass erst die Medien eine weltweite Kommunikation über Menschen- und Bürgerrechte wie über ökologische Gefährdungen der Menschheit möglich gemacht haben. Erst aufgrund der Anonymität und distanzierenden Wirkung des Mediums werden die Zuschauer befähigt, die erschütternden Bilder einer Vielzahl menschlicher Schicksale wahrzunehmen. Erst wenn wir, so ließe sich Kracauers filmtheoretisch instruktive Allegorie "Das Haupt der Medusa" auf die gesamten visuellen Medien übertragen, "die Reihen der Kalbsköpfe oder die Haufen gemarterter menschlicher Körper in Filmen (...) erblicken - und das heißt: erfahren -, erlösen wir das Grauenhafte aus seiner Unsichtbarkeit hinter den Schleiern von Panik und Phantasie."<sup>2</sup>

Gerhard Wagner hat die entscheidende Bedeutung visueller Wahrnehmungsänderungen für Entstehung und Verbreitung des Konzepts der Weltgesellschaft zu Recht betont.<sup>3</sup> Schon seit Kopernikus wissen die Menschen, dass die Erde rund ist und sich um die Sonne dreht. Aber erst seit den Bildern der ersten Mondumkreisung, die die Apollo-8-Astronauten im Dezember 1968 via Satellit in die heimischen Wohnzimmer projizierten, haben wir die visuelle Gewissheit unserer planetarischen Gestalt. Die unvergesslichen Bilder vom Mondaufgang hinter dem blauen Erdball zeugten in höchst eindringlicher Weise von der engen Verbundenheit der Erdbewohner. Im Vergleich zur unendlichen Weite des Weltalls erschien die Erde nicht nur klein und überschaubar, sondern auch höchst verwundbar und isoliert.

Die galaktische Distanz aus der Apollo-Kapsel relativierte alle erdbemessenen Vorstellungen von Nähe und Distanz und gab ein anschauliches Beispiel für die McLuhansche Vorstellung eines globalen Weltdorfs. Das Bild des Blauen Planeten verdichtete die symbolischen Vorstellungen von der „einen Welt“, in der virtuell alle zu Dorfnachbarn geworden sind, und in der folglich auch die moralischen Verpflichtungen des Einzelnen ins Weltgesellschaftliche zu transzendieren sind. Das galaktische Bild des Erdballs wird seitdem in der öffentlichen Kommunikation immer wieder als Symbol für die Einforderung globaler Solidaritätsleistungen benutzt. Dies gilt für Appelle zum weltweiten Umweltschutz wie auch für zahlreiche antirassistischen Aufrufe zur Toleranz gegenüber Fremden.

Symbolisieren die galaktischen Distanzaufnahmen des Blauen Planeten die Einheit der Menschheit, so sensibilisieren die Nahaufnahmen der Fernsehkameras von Kriegsschauplätzen und Naturkatastrophen, von Menschenrechtsverletzungen und Überlebenskämpfen aller Art für das konkrete Schicksal Einzelner Unterstützungsbedürftiger. Sie veranschaulichen uns das Leiden einzelner und Gruppen, denen wir persönlich nie begegnet wären und von deren Not wir vermutlich ohne massenmediale Kommunikation nie gehört hätten. Den Nachbarn, den ich nicht sehe, kann ich weder lieben noch kann ich ihm helfen. Dies gilt, auch wenn die visuelle Wahrnehmung noch keine hinreichende Voraussetzung für die Entstehung solidarischer Gefühle und Handlungen ist. Günther Anders revidierte seine ursprünglich rein pessimistische und ablehnende Haltung gegenüber der Telekommunikation, nachdem er erkannte, wie sehr Fernsehbilder, die die Greueltaten amerikanischer Soldaten auf dem vietnamesischen Kriegsschauplatz in den

---

2 Siegfried Kracauer, *Theorie des Films – Die Errettung der äußeren Wirklichkeit*, Frankfurt/M. 1979.

3 Gerhard Wagner, *Die Weltgesellschaft. Zur Kritik und Überwindung einer soziologischen Fiktion*, in: *Leviathan* 4/1997, S. 539-556.

heimischen Wohnzimmern diskutierten, die öffentliche Kritik am Vietnamkrieg motivierten. Erst daraufhin kam er zu dem ambivalenten Urteil: "Wahrgenommene Bilder sind zwar schlechter als wahrgenommene Realität, aber sie sind doch besser als nichts."<sup>4</sup>

Massenmedien können soziale und ökologische Probleme mit einer ungeheuren Distributionskraft bekannt machen. Die räumliche Ausdehnung der Kommunikationsgesellschaft hat zugleich die Dimensionen der Öffentlichkeit ins Globale gesteigert und damit die medientechnologische Basis für die Verbreitung einer nationalen Wir-Gemeinschaften transzendierenden, universalen Solidarität gelegt. Simultane Nachrichtenübermittlung und weltweiter Medienzugang fördern, wie nicht zuletzt die Ereignisse von 1989 belegen, eine "globale Transparenz" (Kerckhove), die den Legitimationsdruck diktatorischer, totalitärer Regime auf weltgesellschaftlicher wie binnengesellschaftlicher Ebene erheblich erhöht.

Je mehr die traditionellen Agenturen gesellschaftlicher Solidarität wie Familie, Gewerkschaften und Kirchen an Glaubwürdigkeit und Integrationskraft verloren haben, desto stärker sind die Massenmedien zu zentralen Kommunikatoren moralischer Pflichten gegenüber den Mitmenschen geworden. Durch seine Nachrichtensendungen und dokumentarischen Berichte, aber auch durch seine spektakulären Hilfs- und Solidaritätskampagnen hat sich vor allem das Fernsehen zu einem bedeutsamen Medium moralischer Kommunikation entwickelt und ist "the privileged medium through which moral relations between strangers are mediated in the modern world"<sup>5</sup> (das bevorzugte Medium, durch welches moralische Beziehungen zwischen Fremden in der modernen Welt vermittelt werden).

### **Strukturelle Ursachen der medialen Ausweitung unseres Solidarhorizonts**

Strukturell ist die in der Telekommunikation festzustellende Ausweitung des Solidaritätshorizonts durch vier Faktoren bedingt:

1. Die Globalisierung ökologischer und sozialer Risiken wie die Verschmutzung der Ozeane, die Folgen der Klimakatastrophe oder die sozialen und ökonomischen Folgen einer ungerechten Weltwirtschaftsordnung.
2. Die Globalisierung des Mediensystems. Erst die Herausbildung einer globalen Informationsordnung ermöglicht die themenbezogene Verdichtung der Kommunikationsanstrengungen unterschiedlicher nationaler und transnationaler Akteure zu einer globalen Öffentlichkeit. Die Zahl in den heimischen Wohnzimmern zu empfangender TV- und Radiokanäle nimmt rapide zu, so dass öffentliche Kommunikation mehr und mehr fragmentiert und pluralisiert wird. Ein Zuwachs an Programmen bedeutet aber keineswegs zugleich einen Zugewinn an unterschiedlichen Nachrichtenprogrammen. Die Kriegsberichterstattung über den Golfkrieg hat die fast monopolartige Stellung des CNN-Senders in manchen Bereichen internationaler Krisenkommunikation ver-

---

4 Günther Anders, *Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, Bd. 1, München 1992, S. 8.

5 Michael Ignatieff, *The Seductiveness of Moral Disgust*, in: *Social Research*, No 1, Vol 62, Spring 1995, S. 77-98, hier S. 77.

deutlicht. Insbesondere die steigende Zahl kleiner Kanäle kann sich keine eigenen Auslandskorrespondenten in allen Teilen der Welt leisten. Folglich wächst die Abhängigkeit von den Dienstleistungen internationaler Nachrichtendienste sowie den Netzwerken transnationaler Medienkonzerne.

3. Die Globalisierung des politischen Systems in Form von global governance (Weltregierung) und internationalen Regimen. Der politische Handlungsbedarf ist globaler geworden, doch erschweren die national orientierten Handlungslogiken staatlicher Akteure oft eine angemessene Bewältigung weltweiter Krisen. Die Möglichkeit der Blockierung gemeinsamer Lösungen durch Vetopositionen, zu schwache Sanktionsandrohungen, mangelnde ortsbezogene Sachkenntnisse und die allgemeine Tendenz zur Verwässerung von Programmen zugunsten eines oft folgenlosen kleinsten gemeinsamen Nenners verhindern eine effektive Anpassung der internationalen Politik an die gewachsenen Herausforderungen ihrer Umwelt.
4. Die Schwächen internationaler Entscheidungsfindung und Politikimplementierung haben multinationalen Nicht-Regierungsorganisationen (NROs) neue Chancen der weltöffentlichen Profilierung eröffnet. Vor allem die UNO-Weltkonferenzen der neunziger Jahre haben NROs eine von den Medien nicht unbeachtete Plattform für globale Aktionen gegeben.<sup>6</sup> Angesichts der in nationalen Eigeninteressen befangenen Vertreter der etablierten Politik haben sich Nicht-Regierungsorganisationen zu beliebten Informationsquellen von Journalisten entwickelt, die wiederum Sprechern der NROs zunehmend Gelegenheiten zur telegenen Selbstdarstellung vermitteln. Nicht nur die Medien, sondern auch die Regierungen beziehen NROs zunehmend in ihre Arbeit ein, um eigene Schwächen zu kompensieren. Dieter Rucht kennzeichnet die Rollen und Funktionen, die NROs in dem Zusammenhang zugeschrieben werden: Er unterscheidet „zwischen ihrer Rolle als (a) zumeist ungeliebter Problemindikator, Kritiker und Ankläger, (b) als willkommener Bündnispartner im Falle gespaltener Entscheidungseliten, (c) als Legitimationsstütze bei der Findung und Durchführung bestimmter Entscheidungen und (d) als geradezu umworbener Ratgeber, Helfer oder Exekutor bei der Politikimplementierung.“<sup>7</sup> Erleichtert wird die Arbeit der NROs durch die Entwicklung weltweiter Kommunikationsnetzwerke – Stichwort Internet. Die Globalisierung des Mediensystems erleichtert ihnen nicht nur die Binnenkommunikation mit Mitgliedern sowie mit und unter nationalen und lokalen Organisationsgruppen. Sie eröffnet durch die großen Nachrichtenagenturen und Mediennetzwerke auch eine – setzen wir eine professionelle PR- und Öffentlichkeitsarbeit voraus – erleichterte Ansprache eines Massenpublikums über eine überschaubare Zahl von Vermittlungsagenturen.<sup>8</sup>

Die Globalität der mittels Massenmedien eingeforderten Unterstützungsleistung entspricht einer zunehmenden Globalität der aufrufenden moralischen Unternehmen. Initiatoren sind weltweit operierende, mobile Einsatztruppen direkt oder indirekt helfender professioneller Akteure: "Ärzte ohne Grenzen", "Apotheker ohne Grenzen", "Journa-

---

6 Dieter Rucht, Multinationale Bewegungsorganisationen: Bedeutung, Bedingungen, Perspektiven, in: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, Jg. 9, H. 2, S. 30-41.

7 Rucht, S. 37

8 Vgl. dazu auch Sigrid Baringhorst, Zur Mediatisierung des politischen Protests. Von der Institutionen zur „Greenpeace-Demokratie“?, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*. Opladen/Wiesbaden 1998, S. 326-344.

listen ohne Grenzen", institutionalisierte Hilfsorganisationen wie Oxfam, Unicef, Terre des Hommes, Welthungerhilfe, Rotes Kreuz, weltweit operierende und international organisierte Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen wie Greenpeace und Amnesty International. Häufig bedienen sich die multinationalen NROs der Imagehilfe global bekannter Medienstars. Nicht selten verselbständigen sich dabei sogar die Aktionen der benevolenten Stars. Unabhängig von der Initiative und organisatorischen Hilfe institutionalisierter NROs entwickeln sich Models, wie Film- und Musikstars zu autonomen Akteuren der Mobilisierung weltweiter Solidarität. Beispielhaft sei hier nur das Engagement Richard Geres für das unterdrückte Tibet oder die Aktionen Michael Jacksons für verarmte Kinder in Rumänien erwähnt.<sup>9</sup>

### **Ambivalente Folgen einer massenmedialen Erzeugung globaler Solidarität**

Universalistische Moralphilosophien können uns die allgemeine Pflicht zur Hilfe, etwa in Form des kantischen kategorischen Imperativs, rational begründen. Wenig nützlich sind sie jedoch, wenn unter der Pluralität dringlicher Notfälle selektiert oder ein bestimmtes Mittel der Hilfe bestimmt werden muss.<sup>10</sup> Die Massenmedien treffen hier wesentliche Vorentscheidungen. Jedoch sind die Kosten, die mit der Entlastungs- und Selektionsfunktion der Medien einhergehen, erheblich und in der Gesamtbilanz von Vor- und Nachteilen massenmedialer Erzeugung von Solidarität negativ zu verbuchen. Die Medien filtern Solidaritätsappelle nicht nach moralischen oder politischen, sondern nach primär ästhetischen Kriterien: Probleme sind nur dann berichtenswert, wenn sie mit eindringlichen Bildern unterlegt werden können. Nachrichten und Dokumentationen über Menschenrechtsverletzungen und humanitäre Notsituationen passieren - ebenso wie die zur Problemlösung inszenierten Benefizereignisse, Greenpeace-Aktionen und humanitären Spendenappelle - nur dann die engen Tore massenmedialer Torhüter, falls sie spektakulär sind und neben dem moralisch-politischen Gehalt der Botschaften außerordentliche Seherlebnisse vermitteln.

Die Vorherrschaft spektakulärer Inszenierungsstrategien resultiert aus strukturellen Zwängen der Markt- und Mediengesellschaft: Zwar ist das Interesse am Faszinosum von spektakulären Ritualen wie Gladiatorenspielen, Stierkämpfen oder Hexenverbrennungen uralte und geradezu die "Urform des Heiligen" (Türcke). Doch ist insbesondere durch die Entwicklung der Marktgesellschaft die marktschreierische Überhöhung von Waren durch spektakuläre Imagestrategien ein Charakteristikum öffentlicher Kommunikation geworden. Und je mehr die Marktordnung zur allgemeinen Lebensbedingung wird, desto stärker werden alle öffentlichen Kommunikationsprozesse in den Bann des Sensationellen gezogen, alle kommunizierten Ereignisse mit dem Schein des Außergewöhnlichen umgeben.

---

9 Vgl. zum Folgenden auch: Sigrid Baringhorst, Politik als Kampagne. Zur medialen Erzeugung von Solidarität. Opladen/Wiesbaden 1998.

10 Otto Kallscheuer, „And Who Is My Neighbor?": Moral Sentiments, Proximity, Humanity, in: Social Research, No 1, Vol 62, Spring 1995, S. 99-128, hier S. 112.

Unabhängig von den Interessen der einzelnen Medienakteure wird die Selektion öffentlicher Berichterstattung mit fortschreitender Kommerzialisierung und wachsendem Konkurrenzdruck unter den privaten Medienanbietern von den Filtern der Nachrichtenwertfaktoren bestimmt.<sup>11</sup> Personalisierung, Ereignischarakter, Sensationalismus und Konflikträchtigkeit sind für die Selektion von Informationen außerordentlich bedeutsam. Aktualität bildet darüber hinaus einen für die Nachrichtenselektion unverzichtbaren Bedingungsfaktor. Die technische Entwicklung hat durch die Einführung des Echtzeitfernsehens Kommunikation zunehmend der physikalischen Gebundenheit von Raum und Zeit entzogen, so dass Aktualität als solche jedoch keinen ausreichenden Selektionsfilter mehr darstellt. Potentiell können alle aktuellen Ereignisse heute in Jetztzeit kommuniziert werden.

### **Solidarität als Medienspektakel**

Die Selektion von Informationen nach der Spektakularität des Ereignisses bildet einen immer häufiger gewählten Ausweg aus der infolge der technologischen Innovationen entstandenen Aktualitäts- und Auswahlproblematik. Spektakulär ist ein Ereignis dann, wenn es von alltäglichen Sehgewohnheiten oder allgemein akzeptierten Normvorstellungen abweicht: Außergewöhnlich und nachrichtenswert ist eine soziale, ökologische oder politische Krise nur dann, wenn die Zahl der Opfer gigantische Ausmaße erreicht. Auch wenn die Reporter vor Ort häufig schon Monate vor Ausbruch der Krise über die drohenden Gefahren informiert sind, trägt das Fernsehen kaum zu einer präventiven Berichterstattung bei. Vor allem audiovisuelle Medien taugen kaum als Frühwarnsysteme, aber auch wenig als Vermittler komplexer Krisenanalysen. Der Zwang zur spektakulären Darstellung verhindert oft ein nüchternes Abwägen von Ursachenfaktoren und moralischen Beurteilungskriterien. So kennt vor allem die Katastrophenästhetik, die die Berichterstattung über Afrika dominiert, nur die moralische Binärcodierung von schwarzen Opfern und weißen Rettern.

Aber auch ökologische Probleme unterliegen dem Verdikt spektakulärer Skandalisierung und personalisierter Schuldzuweisung. "Schiffe, Wasser und eine große Sauerei" - Thilo Bodes Rezept für erfolgreiche Kampagnenpolitik verdeutlicht, wie sehr die Selektion zu skandalisierender Öko-Probleme von deren Inszenierungsbedingungen abhängt. Was nicht symbolisch verdichtet und nicht als sensationelles Seeabenteuer inszeniert werden kann, hat wenig Chancen, in der Öffentlichkeitsstrategie des Umweltmultis berücksichtigt zu werden.

Die Spirale der Inflation von Katastrophenbildern und -berichten und die darauf reagierende Inflation sensationalistischer Solidaritätskommunikation kann die potentiellen Möglichkeiten massenmedialer Überzeugungsarbeit erheblich mindern. Der Sensationalismus hat im Bereich massenmedialer Katastrophenszenarios einen dialektischen Prozess ausgelöst, in dem die Inflation der Katastrophenbilder zu einer Deflation ihres moralischen Werts und zur Minderung der Eindringlichkeit des Mitleidsästhetik führt.

---

11 Joachim F. Staab, *Nachrichtenwert-Theorie, formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg/München 1990.

Der öffentliche Einfluss massenmedialer Berichte über ökologische Risiken und humanitäre Krisen und die entsprechenden Solidaritätsaktionen zeigt sich einerseits an nachweisbaren manifesten Wirkungen wie erhöhten Spendeneinnahmen von NROs oder spontanen Boykottaktionen wie im Fall der Brent-Spar-Kampagne von Greenpeace. Minear u.a. haben nachgewiesen, dass die Fernsehberichterstattung über die Krisen in Somalia, Ruanda und Ex-Jugoslawien sowohl in strategischer Hinsicht – vor allem bezogen auf die Frage „Intervention ja oder nein“ – als auch in taktischer Hinsicht (Beispiel Entscheidung für Luftangriffe, demonstratives Einsammeln von Waffen in Sarajewo) das Handeln politischer Entscheidungsträger beeinflussen kann.<sup>12</sup> Zumeist sind die Anschlusshandlungen der Politik jedoch primär symbolischer Natur. Sie reduzieren sich auf kosmetische Aktionen und Pseudoereignisse, die im Grunde nur für die Medien inszeniert werden. Dies gilt z.B. für die in Deutschland wie in Großbritannien breit dokumentierten Fälle der Evakuierung einzelner Opfer aus medizinischen Gründen.

Nachhaltiger und bedeutsamer ist vermutlich der latent und langfristig wirkende Effekt des unterhaltsamen Präsentationsmodus massenmedialer Solidaritätserzeugung. Zwar bedarf politische und moralische Kommunikation, um Aufmerksamkeit zu gewinnen, immer auch symbolischer Anreize. Doch können unterhaltsame Präsentationsformate, die primär die voyeuristischen Bedürfnisse der Zuschauer ansprechen, am Ende die politische Urteilskraft der Einzelnen so beeinträchtigen, dass die ästhetische Qualität der Darbietung zum Ausschlag gebenden Beurteilungskriterium politisch-moralischer Dramatisierungen wird.<sup>13</sup>

Die empirische Medienwirkungsforschung hat belegt, dass von einer generellen "Videomalaise" (Robinson), einer grundsätzlich politisch entfremdenden Wirkung des Fernsehens, nicht gesprochen werden kann. Politische Entfremdung und Verringerung des politischen Kompetenzgefühls sind nicht vom Medienkonsum als solchem abhängig, sondern von den bevorzugten Präsentationsformaten: So kann der Konsum politischer Programme durchaus zur politischen Aktivitätssteigerung beitragen. Politische Entfremdung wird demgegenüber insbesondere durch Unterhaltungsprogramme gefördert. Statt von einer "Videomalaise" wäre besser von einer "Unterhaltungsmalaise" zu sprechen, denn "die Vorliebe für unterhaltsame Medienangebote steht im Zusammenhang mit bestimmten soziodemographischen Faktoren (Bildung, politisches Interesse) und verbindet sich mit einer Abkehr von der Politik. Oder noch einfacher: je mehr Unterhaltung genutzt wird, je unterhaltsamer die Politik präsentiert wird, desto größer ist die Chance zu einer Abkehr von der Politik."<sup>14</sup>

Das Fernsehen prägt unsere Aufnahmebereitschaft und Verarbeitungsweise von Informationen. Seine bildliche Logik formt die Logik unserer kulturellen Erfahrungen. Die überzeugende Kraft einer Information wird in der Medienkommunikation, unabhängig davon, ob sie im Fernsehen oder in Printmedien vermittelt wird, weniger durch den kognitiven Gehalt einer Aussage als durch die Eindringlichkeit und Attraktivität der visuellen Anschauung bestimmt. Georg Ruhrmann hat in einer 1994 durchgeführten

---

12 Larry Minear und Thomas G. Weiss, *Mercy Under Fire. War and the Global Humanitarian Community*, Westview 1995, S. 72

13 Vgl. auch Bernd Guggenberger, *Der ästhetische Anblick und die Schatten der Vergangenheit*, in: *Neue Rundschau*, 104. Jg., H. 1, S. 66-78

14 Christina Holtz-Bacha, *Massenmedien und Politikvermittlung - Ist die Videomalaise-Hypothese ein adäquates Konzept?*, in: Michael Jäckel und Peter Winterhoff-Spurk (Hg.), *Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation*. Berlin 1994, S. 181-193, hier S. 190.

Studie 263 Interviewpartner drei Anzeigenkampagnen gegen Ausländerfeindlichkeit beurteilen lassen. Dabei kam er zu dem auf den ersten Blick überraschenden Schluss, dass eine positive Bewertung der Kampagnen "in keinem signifikanten Zusammenhang mit Fremdenfeindlichkeit" stehe. Er führt dieses Ergebnis nicht zuletzt auf die besondere Bedeutung ästhetischer Kriterien bei der Beurteilung von Anzeigenbildern zurück: "Die Ursache dafür ist sicherlich darin zu suchen, dass die Gründe für eine solche Kampagnenbewertung nicht nur im inhaltlichen, sondern auch im formalen oder gestalterischen Bereich der Anzeigen bzw. Aufkleber liegen."<sup>15</sup>

### **Mediale Solidarität als minimalistische Instant-Solidarität**

Die Selektionsfilter der Fernsehberichterstattung fördern nicht nur einen Sensationalismus von Solidaritätsaktionen - Greenpeace wäre hierfür ein wichtiges Beispiel - sie nehmen diese Aktionen aus dem Zusammenhang und verkürzen sie auch auf eine zeitlich eng begrenzte Instant-Solidarität. Die Medien erzeugen durch ihre Katastrophenkommunikation sowie die dadurch ausgelösten Hilfs- oder Protestkampagnen öffentliche Aufmerksamkeits- und Mitleidswellen, deren Dauer primär von der Thematisierung in den Medien abhängt. Das führt dazu, dass nicht die Fernsehkameras den Hilfsorganisationen, sondern die NROs karawanenhaft den globalen Einsätzen der Telekommunikation folgen: Als die Kameras in Ruanda waren, fanden sich dort 80 Helferorganisationen ein - nach deren Abzug blieben nur noch 25. NROs sind, sofern sie weitgehend von privaten Spenden abhängen, auf Medienpräsenz und eine wohlwollende Berichterstattung angewiesen. Die Orientierung an den Bedürfnissen des Mediensystems bleibt jedoch nicht ohne Folgen für ihre inhaltlich-programmatischen Ziele sowie deren operative Umsetzung. Inhaltlich fördert der Medienopportunismus der NROs angesichts der Katastrophenästhetik des Fernsehens eine Ausrichtung der eigenen Arbeit auf kurzfristige Hilfe statt auf langfristig angelegte Bildungs- und Entwicklungsstrategien. Die Hilfsorganisationen schüren eine „battle of numbers and T-Shirts“, in denen einerseits das Ausmaß der Krise überhöht und die eigene Retterrolle mediengerecht in Szene gesetzt wird. Vermittelt über den Druck von Mitgliedern und Förderern zwingt der stete Wechsel der geographischen Anknüpfungspunkte medialer Schreckensberichte die Organisationen zudem zu Kurzzeitperspektiven und zu einer erhöhten Sichtbarkeit ihrer Arbeit.

Massenmediale Solidaritätsappelle weiten den Radius des potentiellen Adressatenkreises wie des Kreises der Unterstützungsbedürftigen in globale Dimensionen aus und verdünnen zugleich die moralischen Verbindlichkeiten auf ein Minimalniveau. Orientiert an den zunehmend heterogenen weltanschaulichen und moralischen Orientierungen eines Massenpublikums entspricht die von den Medien propagierte Solidarität einer gefühlsbetonten Minimalmoral, in der weniger partikulare Interessensolidaritäten oder ideologisch definierte Gesinnungssolidaritäten mobilisiert werden als ein zumeist recht vage und unbestimmt bleibender weltgesellschaftlicher Humanitarismus. Die Mediensolidarität entspricht in hohem Maße einem „moralischen Minimalismus“, den Michael

---

15 Zentrum für Türkeistudien (Hg.), Das Bild der Ausländer in der Öffentlichkeit. Eine theoretische und empirische Studie zur Fremdenfeindlichkeit, Opladen 1995, S. 138.



Walzer als eine "vereinfachte und eindimensionale Moral" charakterisiert. Dieser „stützt sich auf ein elementares und undifferenziertes Verständnis der Gesellschaft und des Selbst und abstrahiert von allen realen und entwickelten Verständnissen. Ein minimalistischer Blick ist ein Blick aus der Distanz oder ein Blick in die Krise, so dass wir nur große und krasse Ungerechtigkeit erkennen können." Diese im Gegensatz zu partikularistischen, komplexeren und deshalb dichteren Moralkonzepten auch als "dünne" Solidarität zu bezeichnende Moral, ist "die Moral aller, weil es niemanden Moral im Besonderen ist".<sup>16</sup> Sie sieht ab von den Differenzen zwischen Ländern und Kulturen. Aufgrund ihres universalen Charakters bedarf sie weniger der argumentativen Überzeugungsarbeit als dramatischen Darstellungen von der Verletzung basaler Lebens- und Freiheitswerte.

Solidaritätskampagnen stärken vor allem durch ihre Orientierung am massenmedialen Starsystem passive Partizipationsformen. Massenmediale Solidaritätsaufrufe verkürzen die Dauer von Solidaritätsbeziehungen auf einen kaum den aktuellen Fernsehkonsum überdauernden Zeitmoment. Sie minimieren den eingeforderten Solidaritätsbeitrag und reduzieren ihn nicht selten auf eine einmalige Scheckbuchaktion. Die Asymmetrie zwischen professionellen Protestakteuren wie NROs, VIPs und anderen Initiatoren auf der einen und eher passivem Publikum auf der anderen Seite steht einer umfassenden Aktivierung der Adressaten entgegen.

Massenmediale Kommunikation umgeht die für Zivilgesellschaften bedeutsame intermediäre Ebene gesellschaftlicher Assoziationen und ist nur wenig anschlussfähig für die Kommunikation lokaler Selbsthilfeeinrichtungen und anderer Solidareinrichtungen. Manche dieser Organisationen mögen sich zwar durch die massenmediale Unterstützung für ihre Grobziele bestätigt fühlen und von den Medienkollekten finanziell profitieren. Eine konkrete Verknüpfung von medial-globaler und lokaler Bezugsebene wird jedoch kaum geleistet. Unmittelbare Solidarität und Hilfeleistung vor Ort wird dadurch zunehmend von der expressiven Dimension solidarischen Handelns entkoppelt.

Der Vorwurf der Selbstreferentialität der Medienkommunikation, der Einwand, dass die medialen Konstruktionen ausschließlich im Bereich des Symbolischen verbleiben und sich die solidarische Aktion der Zuschauer aufs Zuschauen beschränkt, ist umso berechtigter, je stärker die Initiatoren und professionellen Vermarkter der Appelle personell abgekoppelt sind vom subpolitischen und subkulturellen Bereich der Vereine und NGOs. Je weniger die massenmedialen Repräsentanten von Aktionen in einem konkreten Handlungszusammenhang mit den vielen Initiativen vor Ort stehen, desto weniger nachhaltig werden die Folgen der symbolischen Handlungen sein. Erst die lokalen Initiativen bilden das organisatorische Rückgrat einer zivilen Solidarität, die für die Nachhaltigkeit solidarischer Unterstützung unerlässlich ist.

Mediatisierung von Solidarität vermittelt zwar Leid in ungeheuer konkreter und anschaulicher Weise, doch ist mit dem Gewinn an bildlicher Anschaulichkeit zugleich ein Verlust an Unmittelbarkeit und Konkretheit von Solidarbeziehungen verbunden. Auf die Gefahr der völligen Ausgrenzung der Bedürftigen aus dem alltäglichen unmittelbaren Erfahrungshorizont der Zuschauer hat auch Andreas Voß in seinem Vergleich zwischen unmittelbarer Hilfe und karitativen Bettel- und Spendenbriefen hingewiesen: "Der größte Anteil heutigen Bettelns und Spendens geschieht vermittelt. Den sozialen Preis dafür

---

16 Michael Walzer, Lokale Kritik und globale Standards. Zwei Formen moralischer Auseinandersetzung. Berlin 1996, S. 59 u. 21

zahlen die Empfänger vermittelter Spenden. Sie verlieren selbst ihre soziale Position am Rand der Gesellschaft. Die Bewohner der Alters-, Pflege- und Behindertenheime, der Asyle und Anstalten, aber auch die Armen in den Entwicklungsländern befinden sich in einer Distanz, die nur noch medial in Beziehung zur übrigen menschlichen Gemeinschaft steht. Es ist dies de facto eine Distanz des vollständigen Außen und nicht mehr eine Distanz des Randes, die noch in direkter Wechselwirkung mit dem Innen steht. Für die Gesellschaft bedeutet die Ausweitung des vermittelten Bettelns und Spendens in Zusammenhang mit der Dominanz staatlicher Armenpflege den Verlust von Grenzen und Schnittpunkten unterschiedlicher Sektoren und damit den Verlust an Öffentlichkeit."<sup>17</sup>

### Resümee

Die Selektion von Solidaritätsdefiziten und damit auch die Bestimmung der geographischen Reichweite als relevant wahrgenommener Unterstützungsnotwendigkeiten geht in modernen Kommunikationsgesellschaften mit der Abnahme von Erfahrungen erster Hand einher und wird zunehmend abhängig von den Nachrichtenfiltern massenmedial vermittelter Kommunikation. Televermittelte Solidaritätsaufrufe belegen die gewachsene Sensibilität von Mediengesellschaften für soziale und ökologische Probleme in globaler Dimension. Zugleich demonstrieren sie aber auch eine mit der Dominanz einer personalisierenden, aufrüttelnden Bildsprache einhergehende Dethematisierung struktureller Problemhintergründe. Dies kann zum umgekehrten Effekt einer zunehmenden Abkehr von der etablierten Politik führen, sofern die Inflation von Katastrophen lediglich eine ästhetische Oberflächensensibilisierung anregt.

Die anthropologisch gesehen sinnvolle Selektionsfunktion der Medien bringt zugleich gesellschaftspolitisch gesehen eine höchst problematische Gefahr des Machtmissbrauchs mit sich: Die bekannte Frage nach der Kontrolle der Kontrolleure ist in Bezug auf die Selektionsmacht der Medien äußerst virulent, zumal deren journalistische Gralshüter dazu tendieren, nicht nur Probleme unzulässig zu vereinfachen, sondern auch den vermeintlichen Publikumsgeschmack zur obersten Instanz der Problemauswahl zu erheben. Die televermittelte Mobilisierung von Solidaritätspotentialen läuft dann, wie Symbolpolitik im Allgemeinen, Gefahr, thematisierte Sachverhalte "zu personalisieren, kurzfristige den langfristigen Lösungen vorzuziehen, vor allem aber das Populäre aufzugreifen und das Unbequeme liegen zu lassen, von der Hand in den Mund zu leben, statt in die Zukunft zu investieren."<sup>18</sup> Demokratietheoretisch ist es nicht unbedenklich, wie sehr demokratisch nicht legitimierte Medienakteure, neben Journalisten auch VIPs oder die Öffentlichkeitsexperten der großen NROs, öffentlichen Einfluss gewinnen und eine Macht entfalten, die durch keine öffentliche Instanz mehr systematisch in Schranken gehalten und kontrolliert wird.

---

17 Andreas Voß, Betteln und Spenden. Eine soziologische Studie über Rituale freiwilliger Armenunterstützung, ihre historischen und aktuellen Formen sowie ihre sozialen Leistungen. Berlin/New York 1993, S. 144.

18 Michael T. Greven, Kampagnenpolitik, in: vorgänge 132, 34. Jg., Dezember 1995, H. 4, S. 40-54, hier S. 51.