

**Jürgen Wilke: Massenmedien und sozialer Wandel.- München: Minerva 1986 (Eichstätter Hochschulschriften), 23 S., DM 9,80**

Die Antrittsvorlesung von Jürgen Wilke als Journalistik-Professor an der Katholischen Universität Eichstätt vom 5. Mai 1986 ist der gelungene Versuch, einen Überblick über die wesentlichen Theorien der sozialen Wirkungen der Massenmedien zu geben und die unterschiedlichsten Positionen zu charakterisieren und bewerten und die gegenwärtigen gesellschaftlichen Funktionen der Massenmedien zu erörtern. Die 53 'Anmerkungen' sind eine Bibliographie der wichtigsten Veröffentlichungen zum Themenkomplex.

Der Text selbst ist leicht verständlich geschrieben und eignet sich hervorragend als Einführungslektüre. Er beginnt mit dem vom berühmten amerikanischen Kommunikationsforscher Harold D. Lasswell initiierten Projekt 'Revolution and Development of International Relations', in dem Leitartikel führender Zeitungen in fünf Großmächten (Großbritannien, Rußland, Vereinigte Staaten, Frankreich und Deutschland) untersucht wurden als Quelle für den Wertewandel zwischen 1890 und 1950. Der Gebrauch von Begriffen wie Freiheit, Demokratie, Krieg, Sicherheit wurde analysiert. Ursächliche Zusammenhänge zwischen den Publikationen und dem Wertewandel konnten aufgrund der Methode nicht ermittelt werden, doch wurde die wichtige Methode der Inhaltsanalyse entwickelt. Dann schildert er die Laborexperimente von Carl I. Hovland und seiner Schüler, in denen Meinungs- und Einstellungsänderungen aufgrund von Kommunikationsprozessen untersucht wurden. Die Frage nach dem Zusammenhang von Massenmedien und sozialem Wandel wurde dann - wie Jürgen Wilke meint - vernachlässigt, weil Paul F. Lazarsfeld im Präsidentenwahlkampf 1940 in den USA herausgefunden hatte, daß die Wähler ihre Meinung kaum änderten, weil sie nur das aufnahmen, was ihrer Prädisposition entsprach. Zwar wurde diese Lehre vom Selektionsmechanismus später relativiert, doch zusammen mit dem "Verstärkereffekt" wird sie heute häufig noch als Forschungshypothese verwendet. Es mangelt noch immer an längerfristigen Untersuchungen.

Hohe Erwartungen wurden dann in die Funktion der Medien als Faktoren sozialen Wandels für die Entwicklungsländer gesetzt. Mit dieser Annahme und mit der Langzeitforschung und der Weiterentwicklung der Methoden wurde wieder den Massenmedien eine große, wenn auch nicht unbegrenzte Wirkung zugeschrieben. Der Neuigkeitscharakter der massenmedialen Botschaften führen zu einem einseitigen Weltbild und zu einem ständigen Erneuerungszwang. Massenmedien beeinflussen soziale Konflikte und vermitteln sie in die Öffentlichkeit hinein und bewirken damit soziale Veränderungen, deren Ursache nun einmal Konflikte sind. Der Wertewandel in der Bundesrepublik Deutschland, demoskopisch belegt, ist nach Meinung von Jürgen Wilke sicherlich von den Massenmedien beeinflußt. Wilke läßt sich allerdings nicht ein auf die Diskussion der Frage, ob das Fernsehen die Bundestagswahlen für die eine oder andere Partei entschieden hat, wie die mehrfach in anderem Zusammenhang im Anhang genannte Demoskopin Elisabeth Noelle-Neumann meint. Die Einflüsse des Fernsehens auf den Tagesablauf der Bevölkerung sind leicht nachzuweisen.

Der Autor kommt zum Fazit, daß die Massenmedien nicht nur Produkt der gesellschaftlichen Entwicklung sind, sondern zugleich auch Katalysator und Agenten oder Motoren der Veränderungen. Bei der Aufhellung dieses komplexen Zusammenhangs sieht er ein Forschungsdefizit. Für angehende Journalisten stellt er fest, daß sie einen Beruf ergreifen, der von Einfluß auf Entwicklung und Wandel der Gesellschaft ist und daher geschärfte soziale Verantwortung erfordert.

Als erste Einführung in die Problematik der Wirkungen der Massenmedien auf die Gesellschaft ist dieses Heft sehr zu empfehlen.

Rainer Kabel