

Dr. Hans Mathias Kepplinger sprach beim Presseclub über Verantwortung der Medien

„Auch Totschweigen wirkt“

Der Professor am Institut für Publizistik an der Uni Mainz fordert mehr Kollegenkritik

KOBLENZ. TRI. „Das Fernsehen ist nicht alles. Aber ohne Fernsehen ist alles nichts“. Diese Überzeugung vertritt Prof. Kepplinger besonders im Hinblick auf Wahlkämpfe.

Der Mainzer Professor ist bekannt für seine kritische Auseinandersetzung mit den Medien. Der Koblenzer Presseclub hatte ihn gerade deswegen zu seiner zweiten öffentlichen Veranstaltung eingeladen. Und ganz bewußt wenige Tage vor der Bundestagswahl '94. Die Industrie- und Handelskammer öffnete dafür ihren Sitzungssaal.

Wie oft ein Kandidat im Fernsehen erscheint, ist wichtig. Wenn er totgeschwiegen wird, dann zeigt auch das Wirkung, meint Kepplinger. Gregor Gysi ohne dauernde Fernsehpräsenz wäre unbekannt. Die Republikaner seien nur deshalb „weg vom Fenster“, weil sie „kaum noch vorkommen“.

Wie nimmt der Fernsehzuschauer die Kandidaten überhaupt wahr? Interessieren ihn Persönlichkeit, Charakter oder Sachaussagen? Und aus welcher Art Präsentation wird auf Charaktereigenschaften geschlossen? Diesen Fragen war man



Prof. Hans Mathias Kepplinger von der Universität Mainz war Gast des Koblenzer Presseclubs. Foto: Thomas Frey

in Kepplingers Institut beim Wahlkampf '90 auf der Spur. Von dieser Studie aus schloß der Referent auch auf die Wahlkampf-Situation '94.

Erste und wichtigste Erkenntnis für die Fragesteller war, daß von etwa 53 Millionen Erwachsenen in Deutschland höchstens zwei oder drei Millionen sich überhaupt für Politik interessieren. Kepplinger ist davon überzeugt, daß dem unpoliti-

schen Menschen die Hintergrundkenntnis fehlt. Er suche deshalb „den Typ, dem er vertrauen kann“, der ihm zuverlässig erscheint. Der Kandidat müsse gar nicht alles so machen, wie sein Wähler es will, er müsse nur Führungseigenschaften haben. Ähnlich wie der Arzt, dem der Patient ohne medizinische Fachkenntnis einfach „vertraut“. Der Kandidat brauche keine Sachaus-

ge zu machen, er müsse nur „wirken“.

Den ungeheuren Einfluß, den die Medien haben, möchte Kepplinger nicht beschränkt, aber doch geordnet sehen. Er beklagt Fehlentwicklungen in Deutschland. Er mahnt Kollegenkritik an. Macht einer einen gravierenden Fehler, dann müsse er auch mit Namen genannt werden. Tatsächlich aber gelte eine solche Kollegenkritik hierzulande nicht als karrierefördernd, sei, wenn überhaupt, höchstens politisch, leider kaum einmal fachlich motiviert.

Für Kepplinger kommt die moralische Verantwortung der Journalisten zu kurz. „Sie wollen etwas bewirken, aber sie bedenken nicht die Folgen“. In keinem anderen Berufsstand orientiere sich der eine so intensiv an dem anderen wie bei den Journalisten. Welche Nachricht ist heute die wichtigste? Das müsse oft zu schnell entschieden werden, noch bevor ein Hinterfragen möglich war. Und dann bilde sich schnell eine Norm in den Medien zu einem bestimmten Thema.

Für die Medienvertreter gab es an diesem Abend einiges zu schlucken. Aber Selbstkritik ist ja gerade das, was der kaum ein Jahr alte Koblenzer Presseclub mit seinem Vorsitzenden Peter Burger üben will.