

# Heinz Bonfadelli und die Wissenslücke

Alexander Grau

So unterschiedlich die verschiedenen theoretischen Ansätze der Medienwirkungsforschung des 20. Jahrhunderts waren: Einig war man sich, dass insbesondere die elektronischen Massenmedien Homogenisierungseffekte hinsichtlich der in der Gesellschaft zirkulierenden Einstellungen, Ansichten und Meinungen bewirken. Anknüpfend an Herta Herzogs Beobachtung, dass in den verschiedenen sozialen Milieus Medien in sehr unterschiedlicher Weise genutzt werden, wurde diese Überzeugung Anfang der 1970er-Jahre erschüttert. Die Theorie der Knowledge Gap ging in der Folge davon aus, dass sich die Informiertheit der Bevölkerung unter dem Einfluss der Massenmedien höchst unterschiedlich entwickelt. Im deutschsprachigen Raum war es vor allem der Schweizer Heinz Bonfadelli, der die Theorie der Wissenslücke kritisch weiterentwickelte.

Ja, was denn nun? Wird die Welt immer schlechter? Werden die Menschen immer dümmer, verkommener und vulgärer? Geht alles den Bach hinunter? Unsere Kultur, unsere Zivilisation, unsere Bildung? Oder wird alles immer besser und schöner? Werden wir immer klüger, schlauer und wissender? Wird die Welt immer erquicklicher, angenehmer und erfreulicher?

Schwer zu sagen. Die Meinungen hierzu sind geteilt. Allerdings überwiegt die pessimistische Fraktion in der Regel – zumal in Deutschland.

Auch wenn man die Frage auf die Medien zu spitzt – nicht verkennend, dass die Medien nicht die Welt und die Welt nicht die Medien sind –, sind die Erwartungen ähnlich zwiespältig. Die einen sind felsenfest davon überzeugt, dass zumindest die elektronischen Medien die Veranlagung des Menschen zur Dummheit erheblich befördern, sie geradezu Ausdruck von Geistlosigkeit sind und uns dementsprechend in eine total verblödete Zukunft voll debiler Medienjunkies führen, die sich – hirnentleert wie sie sind – auch noch besonders schlau und progressiv vorkommen.



Heinz Bonfadelli

Heinz Bonfadelli wurde 1949 geboren. Er studierte Sozialpsychologie, Soziologie und Publizistik in Zürich. 1980 promovierte er mit einer Arbeit zur Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationswissenschaft. Im Jahr darauf ging er für einen Forschungsaufenthalt an die Stanford University. Seine Habilitation erfolgte 1992 mit einer Studie zur Wissenslücke-Forschung. 1994 wurde Bonfadelli Extraordinarius und im Winter 2000 Ordinarius für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich. Er publiziert vorrangig zu den Themen „Kinder und Jugendliche“, „Medienwirkung“, „TV-Gewalt“, „Publikumsforschung“ und „Buchlesen“.

Die anderen sind die Partei der beschwingten Optimisten. Sie gehen davon aus, dass erst die elektronischen Medien eine breite, schichtenübergreifende Bildung erlauben, eine unbegrenzte Information, die dazu führen wird, dass auch bildungsferne Schichten an politischen Diskursen und einem Wissen teilhaben, das zu früheren Zeiten allein dem Bildungsbürgertum zugänglich war. Vor allem, so die besonders progressiven Zeitgenossen, helfen die elektronischen Medien, die konservativen und traditionsfixierten bildungsbürgerlichen Vorstellungen dessen, was eigentlich Bildung ist, wirkungsvoll zu dekonstruieren und so zu demokratisieren.

### Homogenisierungseffekte?

Beide Denkschulen – sowohl die kulturpessimistische als auch die optimistisch-progressive – können sich dabei auf prominente Theorien der Medienwirkungsforschung stützen. Sowohl die Agenda-Setting-Theorie von Maxwell McComb (vgl. tv diskurs, Ausgabe 62, 4/2012, S. 78 ff.), die Kultivierungstheorie George Gerbners (vgl. tv diskurs, Ausgabe 63, 1/2013, S. 66 ff.), die Theorie der Schweigespirale von Elisabeth Noelle-Neumann (vgl. tv diskurs, Ausgabe 64, 2/2013, S. 68 ff.) als auch Herta Herzogs Gratifikationsforschung (vgl. tv diskurs, Ausgabe 65, 3/2013, S. 60 ff.) legen den Verdacht nahe, dass die Massenmedien, seien sie nun digital, elektronisch oder analog, zu einer Homogenisierung nicht nur der Meinungen, Einstellungen und Werte führen, sondern zu einer Nivellierung der Kultur insgesamt. Die Argumente für diese Homogenisierungsvermutung liegen dabei z. T. weit auseinander, laufen im Endeffekt aber auf vergleichbare gesellschaftliche Entwicklungen hinaus.

### Die Wissenskluft

Schon in den 1940er-Jahren war Herta Herzog aufgefallen, dass Mediennutzung und Medienefekte erheblich vom sozialen Status der Rezipienten abhängen. Etwas vereinfacht ausgedrückt: Je höher die Bildung, umso geringer der Fernsehkonsum und umso geringer die Wirkungsmacht, die das Fernsehen im Falle einer Nutzung hat.

Das wäre natürlich halb so schlimm, wenn das Fernsehen gegebenenfalls vorhandene Bildungsdefizite schließen könnte. Genau das aber scheint nicht der Fall zu sein. Zumindest weisen viele Studien seit den 1970er-Jahren darauf hin, dass insbesondere das Fernsehen kaum einen Beitrag zur Wissensvermittlung leistet. Intensive Fernsehnut-

zer sind ungleich schlechter informiert als intensive Zeitungsleser. Darüber, ob die Gründe dafür wahrnehmungspsychologischer, sozialer oder kultureller Natur sind, gehen die Meinungen allerdings weit auseinander. Vermutlich aber kommt alles zusammen. Im Ergebnis heißt das: Bildung schafft Bildung. Wer gebildet ist, nutzt die ihm zur Verfügung stehenden Informationen – unabhängig vom Medium, in dem sie präsentiert werden – effektiv und erzielt aufgrund seiner Möglichkeiten, neue Informationen zu kontextualisieren, einen erheblich höheren Informationsmehrwert.

Wenn das aber so ist, dann ist es naheliegend, davon auszugehen, dass die Kluft zwischen Gebildeten und Ungebildeten insbesondere in Mediengesellschaften immer größer wird. Untersucht wurde diese These erstmals 1970 durch eine Forschergruppe um den Kommunikationswissenschaftler Phillip J. Tichenor von der Michigan University. Sie war es auch, die erstmals das Stichwort von der Knowledge Gap aufbrachte: „Wenn der Informationsfluss in ein Sozialsystem wächst“, so Tichenor und seine Mitarbeiter ihre These zusammenfassend, „tendieren die Bevölkerungselemente mit höherem sozioökonomischen Status und/oder formaler Bildung zu einer rascheren Aneignung dieser Information als die status- und bildungsniedrigeren Segmente, so dass die Wissenskluft zwischen diesen Segmenten tendenziell zu- statt abnimmt“ (1970, S. 63).

»Bildung schafft Bildung.«

## »Wissen schafft Wissen.«

In einer späteren Studie konnte Tichenor nachweisen (Tichenor u. a. 1973), dass es gegenläufige Mechanismen in der Medienrezeption geben muss, die zu einer Homogenisierung, zu einer Einebnung von Wissensunterschieden führen können. Konflikthaltige Berichterstattung etwa, ein längeres Wachhalten des betreffenden Themas in den Medien oder einfach nur ein weniger pluralistisches Gemeinwesen können Wissensklüfte verhindern oder mittelfristig wieder schließen.

Alles in allem ergab sich bald nach der Formulierung der Wissenskluft-These ein uneinheitliches Bild. Einerseits konnte in zahlreichen Studien ein signifikanter Zusammenhang zwischen Bildung und Informiertheit nachgewiesen werden. Zugleich sind die Ergebnisse über die Entwicklung vorhandener Informationsunterschiede eher disparat. Angesichts dieser Situation machte sich ein Schweizer Soziologe und Kommunikationsforscher an die Arbeit, die bestehenden Ungereimtheiten in der Theorie entweder zu erklären oder aus dem Weg zu räumen: Heinz Bonfadelli.

### Von der Wissenskluft zur Digital Gap?

Die späteren Forschungsinteressen Heinz Bonfadellis zeichnen sich schon in der Wahl seiner Studienfächer ab. Er studiert in seiner Heimatstadt Zürich Sozialpsychologie, Soziologie und Publizistik. In seiner Studie über *Die Wissenskluft-Perspektive* fasst er knapp 20 Jahre entsprechende Forschung zusammen: „Grundsätzlich verdeutlichen die bis jetzt durchgeführten empirischen Untersuchungen, dass der Prozess der medienvermittelten gesellschaftlichen Informationsverteilung ein *im Zeitlauf dynamisches Geschehen* ist, bei dem verschiedenste Faktoren und Prozesse auf äußerst komplexe Art und Weise zusammenwirken“ (Bonfadelli 1994, S. 226).

Mit anderen Worten: Die einfache Rechnung, nach der unter dem Einfluss der Massenmedien die Ungebildeten immer ungebildeter, die Gebildeten jedoch noch gebildeter werden, stimmt so nicht. Das liegt schon daran, dass zur Auswertung entsprechender sozialer Prozesse viele verschiedene Faktoren berücksichtigt werden müssen.

Immerhin, so Bonfadelli, sei klar, dass ein schmaler Informationsfluss tatsächlich zu Wissensklüften führt. Um, so könnte man vielleicht übersetzen, weniger Gebildete zu erreichen, muss eine entsprechende Information deutlicher, häufiger, nachhaltiger, expliziter und vielleicht auch etwas drastischer vermittelt werden. Hinzu komme, so der Schweizer Kommunikationsforscher, die Frage der Motivation. Weniger Gebildete hätten häufig andere, lebenspraktischere Interessen und seien aufgrund ihrer geringeren Nutzungskompetenz nicht im selben Maße wie gebildete Mediennutzer in der Lage, relevante Informationen aus dem Medienangebot zu extrahieren.

Allerdings kann man diesen Befund auch nutzen, um die ganze Theorie in Frage zu stellen und ihr eine gewisse Zirkularität zu unterstellen. Denn in letzter Konsequenz stellt sie lediglich fest, dass Menschen aus unterschiedlichen sozialen Milieus, mit anders geprägten Lebensanforderungen und Kommunikationsweisen unterschiedlich kommunizieren, leben und handeln. Aus diesem Grund schlägt Bonfadelli feinkörnigere Untersuchungen vor, „die den Lebensalltag und die darauf bezogenen Kommunikations- und Mediennutzungsmuster unterprivilegierter Gesellschaftsgruppen genauer thematisieren“ (ebd., S. 231).

Wenn jedoch auf der Motivationsebene allgemeine, transssituationale und spezifische situationale Faktoren zu berücksichtigen sind, so muss dieses auch für die Ebene der Mediennutzung gelten. Die entsprechende transssituationale Me-

diennutzung umfasst dabei „die habitualisierten und darum auch stärker bildungsabhängigen Nutzungsroutinen“ (ebd., S. 232), während die situationale Mediennutzung entweder durch eine themenbezogene Informationssuche oder durch im Vorfeld schon genutzte Medien bestimmt wird.

In einer entsprechenden Studie untersuchte Bonfadelli unterschiedliche soziale Gruppen hinsichtlich ihrer Mediennutzung und -kompetenz, ihrer Werthaltung, ihren politischen Interessen und ihrer Informiertheit – etwa über damalige politische Ereignisse und Politiker.

Fasst man das für die Wissenskluft-These Wesentliche zusammen, kommt man zu dem Ergebnis, dass „das Sach- wie Personenwissen [...] sehr heterogen verteilt“ ist (ebd., S. 385). Mit anderen Worten: Zwischen verschiedenen Segmenten der Gesellschaft bestehen erhebliche Wissensklüfte – so wissen Ältere meistens mehr und besser Bescheid als Jüngere –, den größten Einfluss hinsichtlich der abgefragten Wissensbereiche (Sachwissen, Personenwissen, Medienwissen und die Informiertheit über den damals aktuellen Unfall in Tschernobyl) hatten jedoch tatsächlich Schichtenhintergrund, Bildungsniveau und das allgemeine politische Interesse.

Was nun die Aufnahme medienvermittelter Information angeht, ließen sich, so Bonfadelli, starke Effekte hinsichtlich der Qualität der gelesenen Zeitungen, der Medienkompetenz und der aktiven Informationssuche nachweisen. Allerdings: Dass Menschen, die Informationen bewusst suchen, informierter sind als solche, die sie nicht suchen, ist genauso wenig überraschend wie die Feststellung, dass Leute, die informiert sind, stärker an neuem Wissen interessiert sind als komplett Desinteressierte. Wissen schafft Wissen.

Bonfadellis Fazit: „Der soziale Status einer Person ist, wie schon gesagt, also nicht der einzige und bestimmende Faktor für das Entstehen von Wissensklüften; allerdings lassen sich die bestehenden sozialen und bildungsspezifischen Strukturen auch nicht völlig durch personenspezifische motivationale Besonderheiten des Rezipienten erklären“ (ebd., S. 386).

Besonderen Einfluss auf die Informiertheit hat nach Bonfadellis Studien die intensive Lektüre von Printmedien. Doch was bedeutet das, wenn die Grenzen zwischen Print- und Bildmedien zunehmend verschwimmen? Welche Auswirkungen hat das Internet auf die Informiertheit? Folgt auf die Wissenskluft die Digital Gap?

Tatsächlich erweckt Bonfadelli in verschiedenen Beiträgen und Interviews (etwa in der „Welt“ vom 06.12.2006) den Eindruck, dass das Internet

hinsichtlich der Wissenskluft-Theorie keine größere Zäsur darstellt, sondern sich lediglich bekannte Effekte fortschreiben. Gebildete nutzen das Netz effektiver, können die vorhandenen Informationen besser filtern und kontextualisieren, während Bildungsferne vom Angebot, das die Neuen Medien darstellen, weniger profitieren.

Das klingt plausibel. Allerdings ist auch nicht auszuschließen, dass wir die Wirkungen des Internets noch gar nicht vollständig erfassen können, da unser Umgang mit dieser neuen Technologie – man vergisst es zuweilen: Die meisten von uns nutzen das Netz seit vielleicht 15 Jahren – noch sehr stark von unserer Erfahrung mit analogen Medien bestimmt ist.

Eines immerhin zeigen die Ergebnisse Bonfadellis sehr deutlich: Weder geht die Bildungswelt unter, noch stehen wir vor herrlichen Zeiten einer grenzenlosen Informationsgesellschaft hochinformierter Mediennutzer. Denn sowohl die Pessimisten als auch die Optimisten vergessen in ihren ideologisch aufgeladenen Diskussionen den entscheidenden Faktor, gerade wenn es um Bildung geht: das Individuum.

#### Literatur:

**Bonfadelli, H.:**  
*Die Wissenskluft-Perspektive: Massenmedien und gesellschaftliche Information.* Konstanz 1994

**Tichenor, P./Donohue, G./Olien, C.:**  
*Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge.* In: *Public Opinion Quarterly*, 34/1970, S. 159–170

**Tichenor, P./Rodenkirchen, J./Olien, C./Donohue, G.:**  
*Community Issues, Conflict, and Public Affairs Knowledge.* In: P. Clarke (Hrsg.): *New Models for Communication Research.* Beverly Hills/London 1973, S. 45–79

#### Zum Weiterlesen:

**Bonfadelli, H.:**  
*Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven.* Konstanz 2004, 3. Aufl.

Dr. Alexander Grau arbeitet als freier Kultur- und Wissenschaftsjournalist u. a. für „Cicero“, „FAZ“ und Deutschlandfunk.

