

Frankfurt am Main, 14.07.2011

Hintergrundinformation der Otto Brenner Stiftung

Fritz Wolf: Wa(h)re Information – Interessant geht vor relevant
(NR-/OBS-Studie zum „Informationsanteil im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen“)

Vorbemerkung

„Wa(h)re Information“, die Infoteil-Studie der Otto Brenner Stiftung, greift auf die empirischen Daten der etablierten Programmforschung zurück, stellt diese in ihren wesentlichen Grundzügen dar, bewertet sie und zieht Schlussfolgerungen daraus. Eigene, langjährige Programmebeobachtungen des Medienjournalisten Fritz Wolf fließen selbstverständlich in diese Bewertungen ein.

Die Studie ist reflexhaft wahrgenommen worden als eine Kritik vor allem an ARD und ZDF. Hier liegt eine Wahrnehmungstäuschung vor. Die Studie fasst die Ergebnisse der Programmforschung zusammen und hält als deren wesentliche Ergebnisse fest: Öffentlich-rechtliche und kommerzielle Sender verfolgen gegensätzliche Informationskonzepte. In ARD und ZDF steht politische und Sachinformation an vorderer Stelle, bei RTL, SAT.1, ProSieben und Vox dagegen spielen Alltags- und Boulevardthemen die entscheidende Rolle. Große Informationsdefizite finden sich vor allem in den privaten Sendern. Dieser Sachverhalt ist in der Studie klar herausgearbeitet.

I. Schlussfolgerungen der Studie

1. Vor allem durch die Programmentwicklung bei den privaten Fernsehsendern verschwimmen die Grenzen zwischen Unterhaltung und Information. Verschiedene Formen des sogenannten Reality-TV werden der Öffentlichkeit immer noch als Informationsprogramme präsentiert. Um überhaupt sinnvolle Aussagen über Informationsanteile machen zu können, sollte – so die zentrale These des Autors – am klassischen Informationsbegriff festgehalten werden: Information als die Vermittlung politischer und gesellschaftlicher Sachverhalte, die die Zuschauer befähigen sollen, sich eine politische Meinung zu bilden und auf dieser Grundlage als Staatsbürger zu agieren.

2. Während die privaten Sender die Grenzen des Informationsbegriffes zugunsten der Unterhaltung lockern, sollten die Öffentlich-rechtlichen ihre Grenzen in Richtung jener Genres und Formate öffnen, die aktuelle und immer schnellere Informationen vertiefen und qualitativ angemessen aufbereiten können: Dokumentation, Dokumentarfilm, Porträt. Sie sollten dafür nicht nur mehr, sondern vor allem bessere Sendeplätze bereitstellen.

3. Scripted Reality ist eine besondere Form des Fernsehprogramms, das sich Wirklichkeit so zurecht biegt, dass sie auf den Bildschirm passt. Die Tendenz, nicht das Fernsehen der Wirklichkeit, sondern die Wirklichkeit dem Fernsehen anzupassen, geht aber weit über diese Unterhaltungsformate hinaus. Sie tangiert die Glaubwürdigkeit des Mediums Fernsehen und berührt auch die öffentlich-rechtlichen Sender, auch in ihren Informationsprogrammen.

II. Defizite der Programmforschung

In der Studie wird vorgeschlagen, die Informationsanteile nicht nur im systematischen Vergleich zu bewerten. Dann stünden nämlich die öffentlich-rechtlichen Informationsprogramme immer besser da. Sie schlägt vor, die Informationsanteile an Anspruch und Auftrag zu messen, was immer noch ein Defizit in der Programmforschung ist. So hat sich die veröffentlichte Programmforschung nicht mit der Frage befasst, was

die Verkürzung der Sendezeiten der politischen Magazine in der ARD bedeutet? Sie beschäftigt sich nicht mit der Frage der Programmierung dokumentarischer Formate am Spätabend und nicht mit der Auslagerung von Kulturprogrammen an die Kultursender Arte und 3Sat. Sie widmet sich inhaltlich nicht den Auswirkungen der wachsenden Formatierung dokumentarischer Sendungen usw. In ihrer Schussfolgerung hält die Studie es für nötig, eine unabhängige „Media Watch“- Programmbeobachtung einzurichten, um die Entwicklung der Informationsprogramme auch qualitativ bewerten zu können.

III. Aktuelle Trends und neue Entwicklungen

1. Der Befund, Informationsprogramme, auch Nachrichten im engeren Sinne, seien in den vergangenen Jahren entpolitisiert worden, ist keine Entdeckung der OBS-Studie. Das ist vielmehr Ergebnis der Nachrichtenwertforschung von Georg Ruhrmann, dargestellt in verschiedenen Untersuchungen. Das trifft insbesondere auf die privaten Sender zu, was alle Programmforscher einhellig diagnostizieren. Aber auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern hat diese Entwicklung Spuren hinterlassen.

Personalisierung von Politik statt Analyse der Strukturen, Fixierung auf den Nachrichtenfaktor Visualität (wovon es keine Bilder gibt, das kommt nicht in die Nachrichten) und verstärkte Emotionalisierung von Informationen spielen auch hier eine wichtige Rolle. Das mag sich in den klassischen Nachrichtensendungen weniger widerspiegeln, findet sich aber häufiger in den Informationssendungen der Dritten Programme.

2. Die Studie hebt als ein besonderes Beispiel eine Untersuchung von Udo Michael Krüger hervor, den „Info-Monitor 2010“ (media Perspektiven 2/11). Demnach ist die Katastrophenberichterstattung im Jahr 2010 angestiegen, die Wirtschaftsberichterstattung dagegen im Vergleich zum Jahr der Finanzkrise 2009 wieder zurückgegangen.

Udo Michael Krüger wertet das als Rückkehr zur Normalität. Die OBS-Studie dagegen wertet das als ein bedenkliches Zeichen. Ist die Wirtschaftsberichterstattung entgegen aller seinerzeitigen zerknirschten Statements wieder zum Status Quo vor der Lehmann-Pleite zurückgekehrt? Wo bleibt die viel beschworene Hinwendung zu einer kritischen, weitsichtigeren und qualitativ hochwertigeren Berichterstattung über den Finanz(dienstleistungs)sektor? Es scheint wohl im Gegenteil so zu sein, dass die öffentlich-rechtliche Berichterstattung von den sich immer schneller drehenden Themenkarusselle und Aktualitätshypes nicht nur getrieben wird, sondern sie selbst noch antreibt.

IV. Weitere Informationen und Ansprechpartner

Die Printfassung der Studie von Fritz Wolf: "Wa(h)re Information – Interessant geht vor relevant" kann (kostenlos) bestellt werden unter <http://ow.ly/5z6r2>

Auf der Internet-Seite (<http://www.otto-brenner-stiftung.de>) finden Sie die ARD-Stellungnahme, unsere Kritik daran und weitere Reaktionen zur Studie.

Der Autor der Studie, Fritz Wolf, steht für Rückfragen zur Verfügung:
wolf@damedienbuero.de oder 0211/3858615.

Kontakt:

Jupp Legrand
-Geschäftsführung –
Otto Brenner Stiftung
Tel. 069/6693-2810
<http://www.otto-brenner-stiftung.de>
info@otto-brenner-stiftung.de