

Freie Universität



Berlin

Forschungsbericht:

Von wegen langweilig!

Unterhaltung in TV-Wissenschaftsmagazinen

Eine empirische Analyse von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendungen

von

Vanessa Neumann

2007

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus

Prof. Winfried Göpfert

Tel.: (030) 838-70300 & (030) 30099167

www.kommwiss.fu-berlin.de/wissjour.html

www.wissenschaftsjournalismus.de

goepfert@zedat.fu-berlin.de

Forschungsbericht

Kapitel 1.1 und 1.2 und 7.1 und 7.2 der Magisterarbeit

1. EINFÜHRUNG IN DEN UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND

1.1. Einleitung und Fragestellung

Wissen ist eines der großen Themen unserer Gesellschaft. Lebenslanges Lernen gilt als Sicherung der eigenen Zukunft. Die Medien haben auf diesen Trend reagiert und neue Wissenschaftssendungen in die Programme integriert. War Wissenschaft früher nur in den Programmen öffentlich-rechtlicher Anbieter zu finden, präsentieren seit Mitte der 90er Jahre auch privat-kommerzielle Programme eine Reihe von Wissenschaftsmagazinen. Teilweise wird sogar von einem „Wissenschaftsboom“ (Bullion 2004:90) auf allen Kanälen gesprochen.

Privat-kommerzielle Fernsehsender bieten ein Programm an, das auf Massenattraktivität ausgerichtet ist. Daher ist davon auszugehen, dass diese Sender auch mit wissenschaftlichen Themen vorrangig das Publikum unterhalten wollen. Die Entwicklung der Wissenschaftsberichterstattung auf privat-kommerziellen Kanälen wirkte sich auch auf das Wissenschaftsprogramm öffentlich-rechtlicher Anbieter aus. In diesem Zusammenhang wird von einer Kommerzialisierung des Fernsehprogramms gesprochen, was sich in einer zunehmend unterhaltsamen Präsentation der Informationsprogramme niederschlägt (Wegener 2001:11f.). Dies führt zu der Annahme, dass Fernsehsender nur noch Informationen an ein Massenpublikum vermitteln können, wenn diese unterhaltsam aufbereitet sind.

Aufgrund dieser Entwicklungen soll in der vorliegenden Arbeit der Frage nachgegangen werden, ob es in der aktuellen TV-Wissenschaftsberichterstattung hinsichtlich des Einsatzes unterhaltungserzeugender Gestaltungsmittel überhaupt noch Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Sendungen gibt. Anhand der bereits bestehenden Forschung werden mediale Gestaltungskriterien herausgearbeitet und diskutiert, die zu einer unterhaltsamen Präsentation wissenschaftlicher Themen führen. Das Ziel dieser Arbeit ist es, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen TV-Wissenschaftssendungen herauszuarbeiten. Zudem werden Medienprofile der untersuchten Wissenschaftssendungen erstellt, die ebenfalls einen Beitrag zur Transparenz dieses Forschungsaspektes leisten.

Zur Wissenschaftsberichterstattung im deutschen Fernsehen liegen erst seit den siebziger Jahren einzelne empirische Arbeiten vor. Erst in der jüngsten Vergangenheit wuchs das Interesse der wissenschaftlichen Forschung am Wissenschaftsjournalismus. Jedoch hat sich bisher keine Untersuchung ausführlich mit dem Unterhaltungsaspekt in TV-Wissenschaftssendungen befasst. In einigen Studien wurden dennoch der Begriff der Unterhaltung und die Notwendigkeit attraktiver Beitragsgestaltung von TV-Wissenschaftssendungen für die Rezeption eines Massenpublikums angesprochen (vgl. Riedl 1999; Wachau 1999; Persitzky 1997).

Zur Unterhaltungsforschung in Informationsprogrammen liegt nur in eingeschränkter Form Literatur zur theoretischen Grundlage dieses Forschungsbereiches vor. Die Kommunikationswissenschaft hat erst seit den 1990er Jahren begonnen, sich mit unterhaltenden Angeboten zu befassen (Maurer & Reinemann 2006:218). Dabei wurde die Unterhaltungsorientierung im Informations-

programm des deutschen Fernsehens vorrangig an politischen Informationssendungen im Rahmen der Konvergenzforschung oder an Programmstrukturanalysen zur Kategorisierung der Inhalte des Fernsehens untersucht (vgl. Krüger 1996; Wegener 2001; Krüger & Zapf-Schramm 2003).

Diese Arbeit greift im Bereich des Wissenschaftsjournalismus einen bisher noch kaum erforschten Themenbereich auf. Es ist im Rahmen einer Magisterarbeit nicht möglich, die Wissenschaftsberichterstattung in ihrer Gesamtheit zu erfassen. Daher liefert diese Arbeit Erkenntnisse über einen Ausschnitt der aktuellen TV-Wissenschaftsmagazine und strebt keine Repräsentativität an. Aufgrund des sorgfältig ausgewählten Datenmaterials, das über einen Zeitraum von nahezu 9 Monaten erfasst wurde, sind die Ergebnisse als eine Momentaufnahme der aktuellen TV-Wissenschaftsberichterstattung zu werten. Neben der vergleichenden Bestandsaufnahme der ausgewählten TV-Wissenschaftsmagazine gibt diese Arbeit einen Anstoß zu nachfolgender wissenschaftlicher Forschung zu diesem Themengebiet.

1.2. Zur Gliederung und Methodik der Arbeit

Der Aufbau der Arbeit gliedert sich im Wesentlichen in sieben Teile. Im theoretischen Teil (Kapitel 2) wird zunächst der Kontext der TV-Wissenschaftsberichterstattung in Deutschland erläutert. Die Auswirkungen des dualen Systems und die Entwicklung der Wissenschaftsberichterstattung im Fernsehen werden diskutiert. Es wird Unterhaltung in Informationssendungen betrachtet und definiert, bevor in Kapitel 2.4 die journalistischen Strategien affektiver Akzentuierung von Unterhaltung in Informationssendungen herausgearbeitet werden. Anhand der erzielten Befunde und Fragestellungen des theoretischen Teils werden in Kapitel 2.5 die Hypothesen dieser Arbeit abgeleitet und formuliert. Die theoretischen Ausführungen dienen zudem als Grundlage der empirischen Untersuchung und der Interpretation der Ergebnisse.

In einer weiteren Annäherung an den Untersuchungsgegenstand werden in Kapitel 3 die zu untersuchenden TV-Wissenschaftsmagazine kurz charakterisiert. Dabei konzentriert sich diese Arbeit auf jeweils zwei öffentlich-rechtliche und zwei privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen des aktuellen deutschen Fernsehprogramms.

Als Untersuchungsinstrument dient dieser Arbeit die Inhaltsanalyse nach Früh (2004), die geringfügig für diese Arbeit modifiziert wurde. Diese wird im methodischen Teil (Kapitel 4) zunächst definiert und in ihrer Methodik beschrieben. Es wird begründet, warum die Inhaltsanalyse das einzige Untersuchungsinstrument ist, das für die Fragestellung dieser Arbeit aussagekräftige Daten liefern kann. Das Untersuchungsdesign beschreibt die ausgewählten Untersuchungseinheiten und gibt einen Überblick über die Dimensionen dieser Arbeit. Kapitel 4.3 erläutert das Kategoriensystem und beschreibt die Durchführung der Analyse.

In Kapitel 5 werden die Ergebnisse der Untersuchung dargelegt und anschließend mit den Hypothesen verglichen, die dadurch verifiziert oder falsifiziert werden.

Die im theoretischen Teil dieser Arbeit aufgeworfenen Fragestellungen und Annahmen sollen in der Ergebnisdiskussion (Kapitel 6) erörtert werden. Aus den Untersuchungsergebnissen werden zudem für die analysierten Wissenschaftsmagazine Medienprofile erstellt.

Ein Resümee, das Aufschluss über die wichtigsten Erkenntnisse dieser Arbeit gibt, und ein Ausblick auf mögliche weiterführende Forschungen zu diesem Themengebiet bilden den Abschluss der vorliegenden Arbeit (Kapitel 7).

7.1. Resümee

Die TV-Wissenschaftsberichterstattung sah sich lange Zeit dem Vorwurf gegenüber, sie sei zu trocken und langweilig für Zuschauer und wurde daher als „Stiefkind“ oder „Mauerblümchen“ bezeichnet (Hömborg 1987:297). Häufig klagten Rezipienten den langweiligen Aufbau der Berichterstattung an (Wachau 1999:90ff.). Dass Wissenschaft heutzutage Zuschauer interessiert und ein Massenpublikum erreicht, beweisen die unterschiedlichen Wissenschaftssendungen in den privat-kommerziellen Programmen. Diese Sendungen haben Erfolg mit ihrem Konzept, wissenschaftliche Inhalte unterhaltsam und attraktiv aufzubereiten. Es scheint, als hätte diese Entwicklung auch zu einer Neuorientierung bei öffentlich-rechtlichen Wissenschaftssendungen geführt (Bullion 2004:91).

Heute präsentieren diese Sendungen Informationen ebenfalls unterhaltsam. Der Annahme, dass sowohl öffentlich-rechtliche als auch privat-kommerzielle TV-Wissenschaftssendungen ihre Beiträge unterhaltsam aufbereiten, wurde in dieser Arbeit nachgegangen. Dazu wurde die gängige wissenschaftliche Literatur überarbeitet dargestellt und zur Kategorienbildung herangezogen. Als ausschlaggebend für eine affektive Akzentuierung von Unterhaltung wurden die Nachrichtenfaktoren „Personalisierung“ und „Emotionalisierung“ identifiziert und ausdifferenziert.

Das Kernstück dieser Arbeit stellte die Inhaltsanalyse nach Früh (2004) an vier aktuellen TV-Wissenschaftssendungen öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Anbieter dar. Dabei wurden interessante Ergebnisse im Sinne einer Momentaufnahme herausgestellt. Da die in der Regel sehr aufwendige Untersuchungsmethode der Inhaltsanalyse im Rahmen einer Magisterarbeit nur an einer kleinen Stichprobe durchführbar ist, erhebt diese Arbeit keinen Anspruch auf Repräsentativität.

Aufgrund des kurzen Untersuchungszeitraums können auch keine Aussagen über konvergente Entwicklungen im Sinne einer Annäherung öffentlich-rechtlicher an die privat-kommerziellen Anbieter getroffen werden. Es wurden aber Veränderungen im Einsatz der ausdifferenzierten Gestaltungskriterien im Vergleich mit vorangegangenen Arbeiten herausgearbeitet.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Analyse nach Unterschieden und Gemeinsamkeiten gegliedert zusammengefasst. Gemeinsamkeiten im Einsatz der identifizierten unterhaltsamen Gestaltungskriterien öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller TV-Wissenschaftssendungen zeigten sich anhand folgender Ergebnisse:

- In den meisten Beiträgen öffentlich-rechtlicher wie auch privat-kommerzieller Sendungen dominiert eine große oder zumindest mittlere Personalisierung.
- Öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen stellen in gleichem Umfang einzelne Personen in den Mittelpunkt der Berichterstattung.

- Originaltonaussagen vor einem privaten Kontext werden in allen Sendungen nur selten eingesetzt. Es dominiert der berufliche Kontext.
- Öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Sendungen nutzen in gleichem Umfang Fallbeispiele.
- Öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Sendungen setzen Fallbeispiele in gleichem Maße in Bezug zu summarischen Realitätsbeschreibungen.
- In öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Beiträgen treten ähnlich häufig unterschiedliche Akteure auf, die sich ähnlich häufig in Statements äußern.
- Öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Sendungen nutzen in den meisten Beiträgen emotionale Bilder.
- In den meisten Beiträgen öffentlich-rechtlicher wie privat-kommerzieller Wissenschaftssendungen wird Spannung aufgebaut.
- In über der Hälfte öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Sendungen wird über Gefühle berichtet.
- Sowohl in öffentlich-rechtlichen als auch privat-kommerziellen Beiträgen werden Rezipienten direkt oder indirekt angesprochen.

Öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen unterschieden sich in folgenden Untersuchungspunkten:

- Beiträge der öffentlich-rechtlichen Wissenschaftsmagazine sind kürzer als die privat-kommerzieller Sendungen.
- Privat-kommerzielle Beiträge setzen als Haupthandlungsträger häufiger Privatpersonen ein als öffentlich-rechtliche Sendungen.
- Privat-kommerzielle Sendungen berichten häufiger über die Intim- oder Privatsphäre ihrer Haupthandlungsträger.
- Bei privat-kommerziellen Magazinen konnten häufiger Originaltonaussagen von Privatpersonen beobachtet werden als bei öffentlich-rechtlichen Formaten.
- Die Originaltonaussagen von privat-kommerziellen Magazinen sind kürzer als die öffentlich-rechtlicher Sendungen.
- Privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen bilden häufiger Emotionen in Bild und Ton ab.
- Privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen bearbeiten ihre Beiträge häufiger mit Musik und setzen diese auch häufiger gezielt zur Stimmungserzeugung ein.

- Privat-kommerzielle Magazine dramatisieren häufiger Themen durch den Einsatz einer drastischen Sprache.

Zusammenfassend konnte festgestellt werden, dass es sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Sendungen im Einsatz der identifizierten Gestaltungskriterien gibt. Konnten Unterschiede festgestellt werden, dann wurden die identifizierten medialen Stilmittel zur Unterhaltungserzeugung immer in den Sendungen der privat-kommerziellen Formate häufiger beobachtet. Übereinstimmungen konnten häufiger in der Dimension der Personalisierung beobachtet werden. Dort zeigten sich von 13 Untersuchungspunkten in neun Kategorien Übereinstimmungen. In der Dimension der Emotionalisierung konnten von zehn Untersuchungspunkten vier übereinstimmende Kategorien identifiziert werden.

Die Ergebnisse dieser Momentaufnahme liefern Hinweise darauf, dass auch öffentlich-rechtliche Sendungen nicht ohne ein gewisses Maß an Unterhaltung Wissenschaftsthemen einem Massenpublikum vermitteln können. Unterhaltung scheint für Kommunikatoren ein zulässiges Mittel zu sein, die Aufmerksamkeit der Zuschauer zu generieren und somit auch das Interesse für Informationen zu erhöhen. Der Einsatz unterhaltungsforcierender Gestaltungskriterien muss sowohl in öffentlich-rechtlichen als auch in privat-kommerziellen Sendungen nicht pauschal als bedenklich eingestuft werden. Ein erhöhter Einsatz formaler Gestaltungskriterien, der nicht auf Kosten der Informationsvermittlung geht, ist unbedenklich für die Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte. Eher ist anzunehmen, dass eine unterhaltsame Gestaltung der Beiträge zu einem größeren Interesse bei Rezipienten beiträgt. Somit wäre eine solche Entwicklung positiv zu beurteilen.

Als negativ zu bewerten wäre der Einsatz unterhaltsamer Gestaltungskriterien lediglich dann, wenn Sendungen zugunsten einer hohen Personalisierung Themen nur noch dann präsentieren, wenn eine Geschichte anhand einer einzelnen Person erzählt werden kann. Genauso besteht die Gefahr, dass Sendungen, um eine hohe Emotionalisierung zu erreichen, über Themen nur dann berichten, wenn emotionale Bilder oder Emotionen von Akteuren mit der Kamera eingefangen werden können.

Diese Arbeit kann keine Antwort darauf geben, ob sich die Gestaltung öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller TV-Wissenschaftssendungen geändert hat. Nur eine Langzeitstudie könnte diese Frage beantworten. Lediglich der Vergleich mit früheren Studien, die privat-kommerziellen Sendungen eine weitaus unterhaltsamere Gestaltung der Beiträge attestierten, lässt die Annahme zu, dass die Diskrepanzen in der Gestaltung zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Sendungen geringer geworden sind. Da Vergleiche mit anderen Studien aufgrund unterschiedlicher Definitionen nur bedingt gültig sind, müsste diese Vermutung in einer Nachfolgestudie überprüft werden.

Möglicherweise beeinflusste die forcierte Themenanalogie im Untersuchungsmaterial die Ergebnisse dieser Analyse. Ähnliche Themen könnten redaktionsübergreifend ähnlich bearbeitet werden. Es wäre zudem denkbar, dass in dieser Arbeit verstärkt Human-Touch-Themen in die Untersuchung einbezogen wurden, die sich sendungsübergreifend durch eine unterhaltsame Gestaltung auszeichnen.

In der vorliegenden Arbeit wurden zudem Unterschiede im Einsatz unterhaltungserzeugender Gestaltungsmittel zwischen den einzelnen Sendungen herausgearbeitet (vgl. Kapitel 6.4). Es zeigte sich, dass alle Sendungen Stilmittel der Unterhaltsamkeit einsetzen. Dabei konnte beobachtet

werden, dass jede Sendung unterschiedliche Schwerpunkte im Einsatz der identifizierten Stilmittel aufweist. Dies könnte daraufhin deuten, dass Journalisten einen unterschiedlichen Stil in der Machart der Beiträge entwickelt haben. Möglicherweise wird der Stil durch die jeweilige Chefredaktion der Sendung vorgegeben.

Die Ergebnisse lassen zudem die Annahme zu, dass öffentlich-rechtliche Sendungen eher diejenigen Gestaltungskriterien verwenden, die nicht einer sachlichen Berichterstattung widersprechen, während privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen häufig auch jene Gestaltungsmerkmale aufweisen, die eher zu einer sensationalistischen als zu einer sachlichen Berichterstattung beizutragen scheinen.

Insgesamt konnte in den privat-kommerziellen Sendungen ein häufigerer Einsatz der unterhaltungserzeugenden Stilmittel identifiziert werden.

7.2. Ausblick

Diese Untersuchung liefert neue Erkenntnisse zur Unterhaltsamkeit öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller TV-Wissenschaftssendungen. Da die Ergebnisse anhand einer kleinen Stichprobe im Sinne einer Momentaufnahme erhoben wurden, können die Ergebnisse nicht als repräsentativ für die TV-Wissenschaftsberichterstattung angesehen werden. Eine größere empirische Untersuchung müsste die Beobachtungen dieser Arbeit absichern.

Es können zudem keine Aussagen darüber getroffen werden, ob einzelne Sendungen besser oder schlechter sind als andere. Die Ausführungen dieser Arbeit bieten Anknüpfungspunkte für nachfolgende empirische Studien, die sich mit der Unterhaltungsorientierung in TV-Wissenschaftssendungen beschäftigen:

- Diese Arbeit konnte belegen, dass die Nachrichtenfaktoren „Personalisierung“ und „Emotionalisierung“ als Kennzeichen einer massenattraktiven Berichterstattung gewertet werden können. In Folgestudien können die Nachrichtenfaktoren weiter ausdifferenziert werden. Eine differenziertere Operationalisierung bringt detaillierte Ergebnisse über die Unterhaltungsfunktion von TV-Wissenschaftssendungen.
- Da die Unterhaltungsfunktion anhand der Nachrichtenfaktoren „Personalisierung“ und „Emotionalisierung“ untersucht wurde, vernachlässigte diese Arbeit alle weiteren massenattraktiven Stilmittel wie Schnittfolge, dynamische Kameraeinstellungen, Verständlichkeit, Animationen, Überblendungen, Ironie, Umgangssprache etc. Eine Nachfolgestudie könnte diese Gestaltungskriterien mit einbeziehen, um umfassendere Erkenntnisse über Unterhaltung in TV-Wissenschaftssendungen zu erhalten.
- Diese Arbeit wählte das Untersuchungsmaterial anhand von Themenanalogie aus. Daher wurde die Themenauswahl öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Sendungen nicht gesondert untersucht. Es wäre allerdings möglich, dass Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Wissenschaftssendungen nicht in der dramaturgischen Gestaltung der Beiträge, sondern eher in der Auswahl der Themen zu finden sind. Eine Nachfolgeuntersuchung sollte dies berücksichtigen.

- Die Stichprobe dieser Arbeit wurde zu einem Zeitpunkt gezogen. Daher können keine Aussagen über eine Annäherung öffentlich-rechtlicher an privat-kommerzielle Wissenschaftssendungen im Sinne der Konvergenzthese getroffen werden. Eine Nachfolgeuntersuchung könnte auch älteres Untersuchungsmaterial mit einbeziehen, um Aussagen über einen Annäherungsprozess treffen zu können.
- Interessante Ergebnisse über den Entstehungsprozess von TV-Wissenschaftssendungen und über Unterschiede und Gemeinsamkeiten öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Magazine können Kommunikatorstudien liefern, die Aufschluss über die Intentionen der jeweiligen Redakteure und Produzenten geben. Dabei kann herausgefunden werden, welchen Stellenwert Journalisten Unterhaltungskriterien beimessen.
- Kommunikatorstudien können Auskunft darüber liefern, ob sich privat-kommerzielle TV-Wissenschaftssendungen von vorneherein an ein anderes Publikum richten als öffentlich-rechtliche Magazine.
- Rezipientenstudien können die Wirkungen einer personalisierten und emotionalisierten Berichterstattung bestimmen. Fragen, wie Rezipienten das Image der Sendungen einschätzen, welche Stilmittel als unterhaltsam wahrgenommen werden und welche eher auf Ablehnung stoßen, können dabei beantwortet werden.
- Rezipientenstudien geben darüber hinaus Auskunft, inwieweit eine unterhaltsame Berichterstattung die Informationsaufnahme der Rezipienten fördert oder hindert.

Die Zuschauerforschung kann Erkenntnisse darüber liefern, ob und inwiefern sich Rezipienten öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller TV-Wissenschaftssendungen voneinander unterscheiden und ob diese sich mit unterschiedlichen Bedürfnissen einem Medienangebot zuwenden. Die Ausführungen zeigen, dass diese Arbeit einen Ausschnitt eines umfassenden Themenkomplexes bearbeitet hat. Die Untersuchungsergebnisse können als Grundlage weiterer Forschung auf diesem Gebiet dienen und einen Anteil zu einer differenzierten Diskussion über die Unterhaltsamkeit in TV-Wissenschaftsmagazinen beitragen.