

Konstantin Dörr: Zwischen Nachrichtenbürokratie und Boulevard: Eine Untersuchung der Nachrichtenstruktur der Hauptnachrichten des deutschen Fernsehens

Berlin: LIT 2013 (Passauer Schriften zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 5), 188 S., ISBN 978-3-643-12162-2, € 19,90

Werden die Fernsehnews immer „boulevardesker“ (S.132), damit ähnlicher, und passen sich die der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ARD und ZDF denen der privatkommerziellen RTL und SAT.1 immer mehr an, wie es die übliche Konvergenzthese (vgl. S.56ff.) postuliert? Diese „Fallstudie“ (S.75) – eine Qualifikationsarbeit an der Universität Passau – untersucht diese Frage sowohl mit gekanntem Blick auf die einschlägige Forschung wie auch empirisch anhand zweier Wochen Sendematerial der vier Hauptnachrichtensendungen *Tagesschau* (seit 1952), *heute* (seit 1963), *RTL aktuell* (seit 1988) und *SAT.1 Nachrichten* (seit 1985) aus dem September 2012. Als theoretischen Ansatz wählt der Autor, der inzwischen an der Universität Zürich arbeitet, die Nachrichtenwerttheorie. Dafür sieht er nicht nur die einschlägige For-

schung und die von ihr vorgenommene Auswahl der Nachrichtenfaktoren, sondern fügt ihnen für seinen Untersuchungsgegenstand neue hinzu: Als Vorbilder zieht er dafür die Inhaltsanalysen von Georg Ruhrmann u.a. (*Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen: Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Wiesbaden: Springer, 2003) für die Landesanstalt Medien Nordrhein-Westfalen sowie die der einschlägigen Dissertation von Nicole Anna Diehlmann (*Selektionskriterien bei Fernsehnews: Studie zur Entwicklung eines medien-spezifischen Nachrichtenwertmodells am Beispiel der Berichterstattung über „Nachhaltige Entwicklung“*. Diss. Jena, 2010) an der Universität Jena heran.

Inhaltlich sind es die Faktoren „human touch/human interest“, „Personalisierung“, „Prominenz“ (vgl. S.83),

stilistisch vor allem „Visualität“ und „bildliche Darstellung von Emotionen“ (ebd.), die die Boulevardisierung – erklärtermaßen nicht erschöpfend, aber doch signifikant – markieren, wobei der visuelle Faktor beim Fernsehen ein wenig tautologisch anmutet, was dem Autor aber durchaus bewusst ist. Bei seiner Aufarbeitung der Nachrichtentheorie und ihrer Faktorenbildung entdeckt er nicht nur begriffliche Unschärfen in diversen Studien, sondern auch die jeweilige Relativität, Veränderlichkeit sowie Konstruktivität der Faktoren, weshalb er in seinem Fazit (vgl. S.131ff.) für weitere Forschungen plädiert: „Es fehlt an einer allgemeingültigen Definition und eines Konzepts [sic] der Boulevardisierung mit all ihren Ausprägungen (Soft News, Infotainment, News Show etc.)“ (S.132).

Dörss empirische Erhebung zeichnet sich durch methodische Kompetenz und Strukturiertheit aus: Leistung und Ergiebigkeit der quantitativen Inhaltsanalyse werden definiert, die Hypothesen eindeutig und trennscharf formuliert, die Indikatoren für die diversen Faktoren klar und transpa-

rent markiert, die sich im Detail im beigefügten Codebuch finden, Validität und Reliabilität des Vorgehens werden jeweils gemessen. Über die konkrete Erhebung und möglichen Probleme erfährt man allerdings nichts. Als herausragendes Ergebnis kommt heraus, dass sich das ZDF mit seiner *heute*-Sendung „offensichtlich eindeutig an die boulevardesken Inhalts-, Stil- und Präsentationsformen der privaten Anbieter anpasst“ (S.128) – jedenfalls ungleich deutlicher als die *Tagesschau*, die „ihrer eher nüchternen und sachlichen Berichterstattung treu [bleibt]“ (ebd.). Die Vergleichsmaßstäbe für die als „dramatisch“ (S.127) beurteilte Entwicklung in den letzten Jahren besorgt sich der Autor etwas pauschal aus früheren Studien. Und am Ende dieser recht klugen und reflektierten Studie versteigt er sich zu der „Anschuldigung“ gegenüber dem ZDF, „ob diese Aufbereitung der Nachrichten seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag entspricht“ (S.133). Aber eine solche Wertung müsste wohl breiter begründet werden.

Hans-Dieter Kübler (Werther)