

FERNSEH-NACHRICHTEN

Eine Sammelrezension

Das unbestrittene 'Flaggschiff' der deutschen TV-Publizistik hat Ulrich Schmitz zum Gegenstand seiner Duisburger Habilitationsschrift gemacht:

Ulrich Schmitz: Postmoderne Concierge: Die Tagesschau. Wortwelt und Weltbild der Fernsehnachrichten.- Opladen: Westdeutscher Verlag 1990, 383 S., DM 54,-

Offenbar mehr als zehnjährige Beschäftigung mit der *Tagesschau* und die Lektüre von ca. 800 dokumentierten Werken der wissenschaftlichen Literatur konnten allerdings nicht verhindern, daß die nunmehr vorliegende Studie dem selbstgestellten, aber auch der Sache angemessenen Anspruch nicht gerecht wird. Der Grund hierfür dürfte in erster Linie darin zu sehen sein, daß sich Schmitz vielfach über anerkannte Standards moderner sozialwissenschaftlicher Theoriebildung großzügig hinwegsetzt.

Das "Weltbild" der *Tagesschau* soll bestimmt, die Sendereihe in ihrer "inneren Textform" (S.20) ausfindig gemacht werden. Doch wie kann ein solches Vorhaben gelingen, wenn schon diese beiden zentralen Begriffe nicht expliziert und auf ihre Dimensionen hin geprüft werden? Anstatt seine Wahl der Begriffe nachvollziehbar zu machen, zieht es Schmitz vor, in voluminösen Fußnoten verwandte Termini zu diskutieren und allerlei sprachphilosophische Lesefrüchte auszubreiten. Sein EDV-gestützter empirischer Zugriff aufs Material - für einen der Kritischen Theorie verpflichteten Autor immerhin bemerkenswert - ist lediglich beschreibender Art. Die inhalts- bzw. aussagenanalytische Methodik wird von Schmitz kurzerhand über Bord geworfen: Selbstbewußt preist er den Verzicht als "Dominanz des Textes über die Fragen an ihn" (S.33). Eine verbindlich formulierte Hypothese, die zu verifizieren/falsifizieren wäre, sucht man vergebens. Nicht zuletzt fehlt eine Einordnung der Ergebnisse; welche Bedeutung sie in der Kommunikationswirklichkeit haben sollen (oder könnten), bleibt unklar.

Das zu untersuchende 'Weltbild' konstituiert sich für Schmitz zunächst inhaltlich: Einzelne *Tagesschau*-Sätze werden herangezogen, und ihre ideologische Qualität wird nicht etwa entwickelt, sondern knapp und entschieden festgetellt. 'Weltbild',

so der Autor weiter, verwirklicht sich aber auch im Zusammenspiel von Inhaltlichem und Formalem: Schmitz ermittelt 38 "Züge", aus denen Nachrichtenredakteure Meldungen "bauen"; diese "kleinsten erzählerischen Einheiten" sind etwa "Art des Sachverhalts", "Quellenangabe", "Vorgeschichte" und "Ergebnis" (S.131ff.). Im Verein mit 23 beschriebenen "Bedeutungsfeldern" der *Tagesschau*, z.B. "Beziehung & Konflikt", "Recht und Regel" und "Sprechen und Entscheiden" werde "Weltbild" wirksam: Die *Tagesschau* lasse "Immergleiches" täglich als neu erscheinen (S.175f.). Das Arsenal ihrer formalen und inhaltlichen Möglichkeiten bleibe über die Jahre konstant; Aktualität werde nur durch indexalische Ausdrücke (Personen- und Ortsnamen sowie Zeitangaben) kenntlich. Schmitz' Resümee: Die *Tagesschau* lasse sich "ohne Qualitätsverlust" (S.21) maschinell herstellen. Den Entwurf eines EDV-Programms hierzu findet der Leser in Kapitel 8.

Für Kritik im Sinne Schmitz' dürfte ein Medien-Praktiker wie Alfred-Joachim Hermanni wenig Verständnis haben. Die Vorbehalte des früheren *Eureka-TV*-Chefredakteurs gegenüber bestimmten Formen des TV-Nachrichten-Journalismus zielen in eine andere Richtung.

Alfred-Joachim Hermanni: Fernsehrichten für Deutschland - eine amerikanische Ausgabe? - Bonn: Mittelstands-Verlagsgesellschaft 1989, 276 S., DM 16,80

Um zweierlei geht es dem Autor: zum einen um eine kritische Bestandsaufnahme, welche Inhalte, Formen und Strukturen amerikanischer 'news-shows' Eingang ins deutsche Fernsehen gefunden haben; zum anderen um das Potential an journalistischer Innovation und Marktchance des einst in München ansässigen, per Satellit bzw. Kabel verbreiteten *Eureka TV* aufzuzeigen (der Sender hatte sich als erster deutscher Nachrichten- und Informationskanal verstanden, bevor sein Betrieb - nach knapp einhalb Jahren Sendedauer - Ende 1988 eingestellt wurde; Frequenznachfolger ist unter Kirch-Beteiligung *Pro 7*). These ist: Bundesdeutsche TV-Nachrichtensendungen sind und werden immer stärker von US-amerikanischen Vorbildern geprägt. Das betreffe insbesondere Aspekte der Gestaltung und der Präsentation (S.161ff.): etwa den Trend zum "Infotainment", die wachsende Bedeutung von Rentabilitätsüberlegungen bei der Produktion und Plazierung von 'news' im Programm (S.165f.) und die zunehmende Ausrichtung des Inhalts auf Katastrophenberichterstattung wie auf die Standards des 'New Journalism' (vgl. S.161ff.). These ist auch: Deutschland braucht - schon aufgrund seiner "muttersprachlichen Verantwortung" (S.167) für rund 100 Millionen deutschsprachiger Europäer - einen eigenen Nachrichtenkanal. Wie man diesen zu wirtschaftlichem Gewinn bringen könne, weiß Hermanni auch: durch "starke Anlehnung an amerikanische Erfolgsrezepte" (S.259). Erspart wird dem Leser allerdings auch nicht die 'Einsicht', man müsse "Stärken übernehmen und Schwächen [...] von vornherein ausklammern"

(S.260). Welches die Stärken des amerikanischen Systems seien, verrät der Autor freilich nicht. Noch mehr: Die Würdigung der US-TV-News-Szene fällt überaus kritisch aus (vgl. S.115ff. und S.127ff.).

Eureka TV sei auf dem richtigen Weg gewesen, meint Hermann. Das 'Aus' sei Ergebnis eines Mangels an unternehmerischem Durchhaltewillen und einer Medienpolitik, die reichhaltige Informationsprogramme gefordert, "dem Keimling dann aber keine Chance gelassen" (S.90) habe, indem sie die lebenswichtigen terrestrischen Frequenzen den Wettbewerbern zuschlug. Wohl wahr. Nicht verschwiegen werden sollte aber auch die tatsächliche äußere Inattraktivität des *Eureka*-Programms, die unter anderem auch Folge falscher Personal-Entscheidungen gewesen sein dürfte. Das Kapitel *Eureka TV* zählt zweifellos zu den einst hoffnungsvollsten und in der Konsequenz betrüblichsten der neueren deutschen Mediengeschichte. Eine *Eureka*-Monographie ist noch zu schreiben - sie dürfte spannende Lektüre versprechen.

Norbert Linke (Ingolstadt)