

Zu viele alte M

Wie Jugendliche das Fernsehen als Informationsmedium nutzen

Tilmann P. Gangloff

Auch wenn Erwachsene gern sagen, sie nutzen das Fernsehen, um sich zu informieren: Es ist das Zerstreuungsmedium Nummer eins. Und weil das bei Jugendlichen nicht anders ist, vermuten Forscher, das Fernsehen trage zum politischen Desinteresse junger Leute zwischen zwölf und zwanzig bei. Aus diesem Grund haben die Landesmedienanstalten von Hamburg und Sachsen gemeinsam mit dem Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI), einer Einrichtung des Bayerischen Rundfunks, eine Untersuchung in Auftrag gegeben: In welchem Umfang nutzen Jugendliche das Fernsehen als Informationsmedium?

Durchgeführt wird die Studie vom Leipziger Zentrum für Medien und Kommunikation und dem Münchener Institut Jugend Film Fernsehen. In den Großräumen Hamburg, Kempten und Leipzig wurden insgesamt 210 Jugendliche befragt; 24 von ihnen mussten sich in einer zweiten Runde Intensiv-Interviews unterziehen. Ergänzt wurden die Befragungen durch einen zweitägigen Workshop, in dem die Jugendlichen auf Menschen aus Politik und Fernsehen trafen.

Die Lieblingsprogramme der 210 befragten Jugendlichen sind ProSieben (75%), RTL (69%) und SAT.1 (42%); dann erst folgt Viva mit 38%. ARD (19%) und ZDF (11%) finden sich am Ende der Liste. Allerdings bevorzugt die Mehrheit der jungen Befragten die ARD, wenn sie sich gezielt informieren will. Das beschränkt sich jedoch auf die *Tagesschau*; die politischen Magazine der ARD haben bei Jugendlichen keine Chance. Auf die Frage: „Welche Sendung nutzt du, um dich zu informieren?“, ergab sich folgende Rangliste:

1. *Explosiv*, RTL (21,9%);
2. *Tagesschau*, ARD (17,1%);
3. *taff*, ProSieben, (16,7%);
4. *Arabella*, ProSieben, (11,9%);
5. *ProSieben Nachrichten* (9,0%);
6. *Andreas Türck*, ProSieben (8,6%).

Die *Tagesschau* ist dabei die einzige öffentlich-rechtliche Sendung; das ZDF haben Jugendliche gar nicht auf ihrer Liste. Neben den aufgeführten Talkshows wurden auch noch *Sonja* (SAT.1, 3,8%) und *Bärbel Schäfer* (RTL, 2,9%) genannt. Eine weitergehende Frage ergab tatsächlich: Talkshows werden von 66% der Befragten zur Information genutzt (Nachrichten: 35%, Boulevard-Magazine: 32%, politische Magazine: 9%).

Die jungen Teilnehmer des Workshops in Leipzig, überwiegend Gymnasialschüler zwischen 14 und 18 Jahren, bestritten allerdings energisch, die Nachmittags-Talkshows der Sparte Information zuzurechnen: „Man kommt da gerade aus der Schule und lässt sich berieseln“ (Nicklas, 16). Auch die Privatsender, räumt SAT.1-Chefredakteur Jörg Howe ein, rubrizierten die Talkshows „nicht wirklich“ als Information.

Obwohl sie also nicht zuletzt dank familiärer Rituale regelmäßig die *Tagesschau* sehen, sind die Jugendlichen unzufrieden mit den ARD-Nachrichten: weil einem „die Brocken bloß so hingeworfen werden“. Daniel (16) hält die *Tagesschau* für „altmodisch und langweilig, aber immer noch besser und ausführlicher“ als andere Nachrichtensendungen. Bei den Privatsendern kritisieren sie übereinstimmend die in ihren Augen zu bunte Mischung: Die „Royals“ hätten in den Nachrichten einfach nichts zu suchen. Jörg Howe widerspricht: Das sei der Stand

änner?

der achtziger Jahre. Er erinnert sich, wie er als *Tagesschau*-Praktikant das Sakrileg begangen habe, zwei Sportmeldungen vorzuschlagen. Aber hätte Boris Becker dieses Jahr Wimbledon gewonnen, wäre das garantiert ein Aufmacher gewesen. Ohnehin ergibt sich ein interessanter Widerspruch zwischen den Ansprüchen der Jugendlichen und der Wirklichkeit. Gerade die 16- bis 18-Jährigen vertreten sehr erwachsene, fast öffentlich-rechtliche Ideale. Aber nur fast: Sie kritisieren zwar die Häppchen-Machart der Nachrichtensendungen, ignorieren aber die politischen Magazine etwa der ARD. Vor allem auf *Monitor* reagieren sie allergisch. Moderator Klaus Bednarz, „dieser alte Mann“, erinnere viel zu sehr an die eigenen Lehrer, die ja auch mehrheitlich älter seien: „Wenn ich so einen sehe, weiß ich gleich, das verstehe ich sowieso nicht“ (Charlotte, 14). Doch auch inhaltliche Forderungen stoßen bei den Jugendlichen, kritisierten sie, erwarteten zwar, dass Politiker sich mit Jugendthemen befassen und im Fernsehen entsprechend darüber berichtet werde (mit 13% der Nennungen liegt diese Forderung in der Gesamtbefragung an dritter Stelle hinter Politik, 15%, und Gewalt/Kriminalität, 14%); entsprechende Sendungen würden sie sich aber nicht anschauen. Ein politisches Magazin, dessen Machart sich an *logo* (ZDF) orientiere, hätte laut Howe, „keine Überlebenschance“; nicht mal bei einem ARD-Sender, wie Christoph Süß (Moderator von *quer*, Bayerisches Fernsehen) ergänzt.

Ohnehin haben sich ARD/ZDF und die Privatsender bei den Informationssendungen mit Unterhaltungsanspruch inzwischen offenbar stark angenähert. Illusionslos stellt

Süß fest: „Politik ist heute ein Weg-Zapper.“ Selbst in *quer* müssten die Informationsanteile hinter Humor versteckt werden, denn dann würden sie nicht als Information wahrgenommen. Gerade politische Information sei nun mal anstrengend; „der größte Teil des Publikums ist aber nicht bereit, sich vor dem Fernsehen Anstrengungen auszusetzen.“ Howe bestätigt dies mit einem Beispiel aus der jüngsten Vergangenheit: Das SAT.1-Magazin *Newsmaker* enthalte nur noch Boulevard-Themen, denn bei Politik hätten die Zuschauer „gnadenlos weggezappt“. Als Opfer dieses Prozesses sehen sich natürlich in erster Linie die Politiker. Grünen-Sprecherin Antje Radcke ist aber auch selbstkritisch: Wenn Jugendliche auch bei solchen Themen wegzappten, die sie eigentlich interessierten, liege das oft daran, dass in einer Sprache gesprochen werde, die sie nicht verstehen. Die Kritik der Jugendlichen gilt allerdings weniger den Politikern, sondern den Medien: weil Themen, die ohnehin „weit weg“ seien – Steuerreform, Rentenreform – auch noch viel zu trocken präsentiert würden. Politische Talkshows tragen selbst nach Ansicht der Politiker wenig zur Information bei. Radcke gesteht, sie bekomme bei solchen Sendungen „eine Krise nach der anderen“, weil die Gesprächsteilnehmer die Sendung nur noch nutzten, um möglichst plakative Aussagen zu machen, „am besten solche, die am nächsten Tag auch noch in der Zeitung stehen.“ Das seien keine Diskussionen mehr, sondern nur noch ein Schlagabtausch. Interessant ist in diesem Zusammenhang ein Aspekt, der allerdings nicht Gegenstand der Untersuchung ist: die Frage, ob gerade bei jungen Zuschauern Unterhaltungsformate wie die *Harald Schmidt Show* immer stärker auch den Stellenwert politischer Information erhalten, weil sie zur Meinungsbildung beitragen. Harald Schmidt wäre demnach für heutige Jugendliche, was Dieter Hildebrandt für ihre Eltern war: eine fatale Entwicklung, zumindest aus Sicht der Hildebrandt-Fans; aber auch symptomatisch für das Fernsehen der späten Neunziger.

Tilmann P. Gangloff ist Diplom-Journalist, er lebt und arbeitet in Allensbach am Bodensee.

50 Jahre JFF

Am 21. Dezember 1949 wurde in München der „Arbeitskreis Jugend und Film e.V.“ gegründet. Der Verein, 1976 in „Institut Jugend Film Fernsehen“ umbenannt, wird in diesem Jahre 50 Jahre alt und ist damit die älteste medienpädagogische Einrichtung Deutschlands, zudem bis heute die einzige, die Medienpädagogik in Forschung und Praxis miteinander verbindet.

Im JFF wird zum einen das Verhältnis von Medien und heranwachsenden Rezipienten erforscht, zum anderen der aktive Umgang mit Medien erprobt und in der Praxis gefördert. Forschung und Praxis sollten sich von Beginn an gegenseitig unterstützen; die Medienforschung gab ihre Ergebnisse an die Praxis weiter, und aus der Medienpraxis heraus wurden Anregungen an die Forschung weitergeleitet und damit medienpädagogische Theorienbildung fundiert.

50 Jahre JFF bedeuten gleichzeitig kritische Beobachtung und objektive Begleitung der sich in den letzten Jahrzehnten rapide und gravierend verändernden Medienlandschaft.

Für weitere Informationen und ausführliches Material wenden Sie sich bitte an:

Institut Jugend Film Fernsehen (JFF)
Claudia Schmiderer/ Öffentlichkeitsarbeit:
Telefon 089/689 89 122,
Telefax 089/68 989 111,
E-Mail: cs@jff.de