

Wie man sich in Deutschland informiert

Wir sehen immer mehr fern und lesen immer weniger Zeitung, die Buchlektüre stagniert auf niedrigem Niveau, das Internet holt auf. Und wer etwas auf sich hält, nutzt mehrere Medien – am liebsten gleichzeitig. Eine Programmübersicht VON SUSANNE GASCHKE

Zapp. Das oberflächliche Interesse an Politik ist seit der Verbreitung des Fernsehens in den sechziger und siebziger Jahren gestiegen und ebenso die Kenntnis der politischen Institutionen. »Insgesamt gesehen, breiten sich tiefer gehende politische Kenntnisse aber sehr langsam aus«, sagt der Mainzer Medienwissenschaftler Hans Mathias Kepplinger. »Und profundes politisches Interesse kann man heute, wenn man etwa die Lektüre einer überregionalen Tageszeitung wie der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, der *Süddeutschen*, der *Frankfurter Rundschau* oder der *Welt* zum Maßstab nimmt, nur rund zwei Prozent der Wahlberechtigten attestieren.« Zählt man großzügig die Leser von *Focus* und *Spiegel* hinzu, sind es auch höchstens fünf Prozent, die nach Kepplingers Auffassung an einem »differenzierten politischen Diskurs« teilnehmen können. Interessant sei nun die Frage, ob das Fernsehen mit seinen großen Reichweiten die geringe Ausbreitung der überregionalen Qualitätspresse ausgleichen könne. »Die Antwort lautet nein, und der Grund dafür liegt in der begrenzten menschlichen Aufnahmefähigkeit«, sagt Kepplinger. »In Tiefeninterviews stellt sich heraus, dass Fernsehschauer sich nach einer Nachrichtensendung zu 70 Prozent an nichts oder fast nichts erinnern; nur etwa 15 Prozent behalten mehr als die Hälfte des Gesehenen.« Dauerhafte Erinnerungseffekte erzielt das Fernsehen offenbar immer dann, wenn mehrere Sender eine Meldung in zahlreichen Sendungen wiederholen – wie es üblicherweise bei Krisen, Katastrophen, Skandalen und Affären geschieht. Aber auch dann holen die Zuschauer mit geringen politischen Vorkenntnissen nicht auf. »Je länger Kontroversen dauern«, schreibt Kepplinger, »desto größer wird die Wissenslücke zwischen den Gebildeten und den Ungebildeten, weil die Gebildeten mehr Informationsangebote nutzen, die Informationen besser verstehen und sie länger behalten.« Die Masse des Publikums verliere bald das Interesse an den Themen und die Geduld mit den Politikern, »die nicht so schnell entscheiden, wie die Medien und mit ihnen das Publikum erwarten«. Die Mehrheit schalte innerlich ab. »Zugleich wachsen

die Vorstellung, dass man überhaupt nichts mehr versteht, und auch der Widerwille gegen weitere Argumente und das Verlangen nach einer Entscheidung.«

Wer wegschalten will, hat es heute leichter als vor 20 Jahren: Zwar haben sich die Informationsangebote des Fernsehens in dieser Zeit verdoppelt, die Unterhaltungsformate allerdings im gleichen Zeitraum vervierfacht. Das bedeutet: Wer gezielt seriöse Informationen sucht, wird häufiger fündig. Aber wer sich unter Nachrichtenvermeidungskriterien durch die 38 Fernsehkanäle zappt, stößt seltener rein zufällig auf Informationssendungen. Die Schere zwischen denen, die gekonnt mit dem überwältigenden Informationsangebot umgehen, und jenen, die immer hoffnungsloser überfordert werden, öffnet sich weiter. Es liegt nicht in der Natur des Fernsehens oder der Fernsehmacher, etwas dagegen zu tun.