

Konvergenz in Nachrichtensendungen

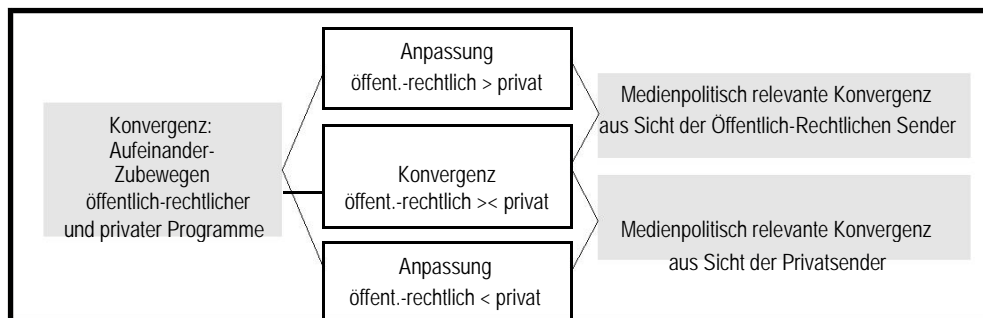
Die Annäherung von Programminhalten und Technologien

Unter dem Begriff der „Konvergenz“ werden seit den neunziger Jahren die Programmangebote der Fernseh-Vollprogramme verglichen. Der aktuelle Konvergenzbegriff bezieht auch verstärkt die technische Entwicklung mit ein.

Konvergenz der Programme

Die wechselseitige Angleichung der Programmangebote – und damit auch der Nachrichtenformate – von öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsendern wurde erstmals von Heribert Schatz und seinen Mitarbeitern 1989 in der sog. „Konvergenzhypothese“ formuliert.

Aufgrund der „Jagd nach der Quote“ in der Konkurrenzsituation des Dualen Systems erwarteten die Vertreter der Konvergenzthese auf längere Sicht strukturelle, inhaltliche und qualitative Anpassungserscheinungen der zuschauerstärksten Vollprogramme. Es wurden unterschiedliche Entwicklungsperspektiven und zugleich verschiedene medienpolitisch relevante Möglichkeiten diskutiert.



Systematik des Konvergenzbegriffs angelehnt an Krüger

Quelle: Göhring 2003, S. 37

Eine Erwartung beruhte auf der Annahme, dass die Privatsender durch „leichte Information in unterhaltender und dadurch neutralisierender Verpackung eine große Zielgruppe (politisch wenig Interessierter) für sich gewinnen“ (Krüger 1998). Um nicht Zuschauer zu verlieren und die Legitimation der Rundfunkgebühren zu gefährden, seien die öffentlich-rechtlichen Anbieter daraufhin gezwungen, ihr Nachrichtenangebot an das der Privatsender anzugleichen: Es müssten verstärkt massenattraktive Unterhaltungselemente eingesetzt werden. Da dies zu Lasten der im Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender festgeschriebenen hochwertigen Informationsqualität gehe, ergebe sich eine rundfunkpolitische Brisanz.

Im Gegenzug könnten sich die privaten Sender aber auch in verschieden intensiver Ausprägung auf die öffentlich-rechtlichen Sender zubewegen; neben der Tendenz zu Entpolitisierung und Boulevardisierung bezieht die Konvergenzthese also auch die als rundfunkpolitisch positiv zu bewertende mögliche Angleichung der Privatsender an die „qualitativ hochstehenden“ Vorgaben von ARD und ZDF mit ein (vgl. Krüger 1998). Würden die werbefinanzierten Sender darüber hinaus die gleiche journalistische Qualität bieten wie zuvor ARD und ZDF, erhielte diese Form der Konvergenz ebenfalls eine rundfunkpolitische Brisanz, da eine alleinige Gebührenlegitimierung der öffentlich-rechtlichen Anbieter nicht mehr gerechtfertigt wäre.

Untersuchungen

Unter dem Aspekt der Konvergenz wurden immer wieder die Programmangebote der zuschauerstärksten Vollprogramme verglichen, sowohl in Bezug auf Entwicklung des Gesamtprogramms als auch auf der Ebene von Einzelformaten, v. a. Nachrichtensendungen. Die Untersuchungen lieferten jedoch widersprüchliche Ergebnisse.

Hinsichtlich des Gesamtprogramms zeigte sich, dass ARD und ZDF ihren Anteil an Unterhaltungsprogrammen, v. a. Spielfilme und Serien, erweitert haben. Trotzdem ist der Anteil an Informationsprogrammen noch immer höher als bei RTL und Sat.1 (laut Krüger/Zapf 2008: 40–50 Prozent zu 20–30 Prozent; nach: Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 2009, S. 643). Die Analysen für jedes Programmjahr sind einsichtlich im Veröffentlichungsarchiv des IFEM und der Zeitschrift „Media Perspektiven“ (siehe unten: „Weitere Informationen“). Allerdings muss hier beachtet werden, dass es sich um Studien handelt, die auf „für die öffentlich-rechtliche Programme vorteilhafte Zuordnungen“ beruhen und beispielsweise die informativen Sendungen der öffentlich-rechtlichen Programme oft auf spätere Sendezeiten verschoben würden (vgl. Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 2009, S. 639 ff).

Verglichen werden können diese Forschungsergebnisse mit den Programmberichten der ALM (siehe unten: „Weitere Informationen“).

Auf der Ebene der Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 waren bereits Mitte der neunziger Jahre neben den stabilen Unterschieden der beiden Sendersysteme auf groben Untersuchungsebenen kaum mehr qualitative Unterschiede bemerkbar. Anpassungserscheinungen bzw. eine Vereinheitlichung hatten über die Sendergrenzen hinweg stattgefunden. Nach Meinung von Bruns und Marcinkowski waren die Rollen in Bezug auf Leit- und Folgemedien hinsichtlich Veränderungen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern ausgeglichen (vgl. Bruns/Marcinkowski 1996). Dagegen kam Krüger zu dem Schluss, dass, abgesehen von einer beidseitigen Angleichung in Bezug auf die Marktanteile der Nachrichtensendungen, ausschließlich eine Anpassung der privaten an die öffentlich-rechtlichen Sender stattgefunden hätte (vgl. Krüger 1998).

Die Annäherung der Programmangebote hat jedoch nicht zu einer Aufhebung der Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern geführt, was auch gar nicht im Sinne einer Sender- bzw. Markenprofilierung und damit Positionierung auf dem Zuschauer- bzw. Werbemarkt wäre. Dies wird auch deutlich in den Überlegungen zu gegenläufigen Konkurrenzstrategien im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Fernsehzuschauer, die als Parallelprogrammierung und Komplementärprogrammierung bezeichnet werden (vgl. Maurer/Fretwurst/Weiß 2008, S. 42).

Erweiterter Konvergenzbegriff

Inzwischen bezeichnet „Konvergenz“ das Zusammenwachsen der Bereiche Telekommunikation, Medien und Informationstechnik. Es wird zwischen technischer und ökonomischer Konvergenz auf der einen und der Konvergenz der Mediennutzung und der Medienangebote auf der anderen Seite unterschieden. Häufig wird von Konvergenz gesprochen, wenn ein bestimmtes Medienangebot über verschiedene (meist digitale) Kanäle an die Nutzer verbreitet wird, also z. B. über das Fernsehen, über Web-Seiten, über das Handy usw. Dabei handelt es sich dann aber nicht um Konvergenz im eigentlichen Sinne, sondern um sogenannte Crossmedia-Strategien von Fernsehsendern oder anderen Anbietern von Medieninhalten. Konvergenz auf der Angebots- und Nutzungsseite im engeren Sinn meint, wenn durch technische Möglichkeiten Fernsehangebote mit zusätzlichen

interaktiven Elementen oder Textmedien mit zusätzlichen multimedialen Ergänzungen kombiniert werden, so dass die neuen Angebote für sich genommen eine neue, zwischen den Ausgangsmedien liegende Funktionalität bekommen. Konvergenz bezeichnet heute also allgemein das technische und inhaltliche Zusammenwachsen von Medien (vgl. Glossar medienwissenschaftlicher Fachbegriffe, bpb 2006).

Quellen

Göhring, Anne 2003: Sonderberichterstattung am 11.09. und 12.09.2001 bei ARD und RTL. Ein Vergleich unter Berücksichtigung der journalistischen Qualität. (Diplomarbeit, HFF „Konrad Wolf“ Potsdam).

Schatz, Heribert / Immer, Nikolaus / Marcinkowski, Frank 1989: Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die „Dualisierung“ des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland. In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 37, Heft 1, S. 5-24.

Bruns, Thomas / Marcinkowski, Frank 1997: Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen. Opladen: Leske und Budrich.

Krüger, Udo Michael 1998: Zwischen Konkurrenz und Konvergenz. Fernsehnachrichten öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkanbieter. In: Kamps, Klaus / Meckel, Miriam (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

Maurer, Torsten / Fretwurst, Benjamin / Weiß, Hans-Jürgen 2009: Programmprofile. Wie sich Fernsehprogramme voneinander abgrenzen und wie sie sich gleichen. In: ALM Programmbericht – Fernsehen in Deutschland 2008 Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin, S. 41-61.

Noelle-Neumann, Elisabeth / Schulz, Winfried / Wilke, Jürgen (Hrsg.) 2009: Das Fischer Lexikon, Publizistik – Massenkommunikation. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuchverlag.

Ebbrecht, Tobias / Eichner, Susanne / Mikos, Lothar / Töpfer, Claudia 2006: Glossar medienwissenschaftlicher Fachbegriffe. bpb.

weitere Informationen

Jährliche Programmanalyse der Angebote von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 durch das Institut für empirische Medienforschung GmbH (IFEM), online unter:

<http://www.ifem.de/publikationen>.

Infomonitor, jährliche Untersuchung der TV News durch das Institut für empirische Medienforschung GmbH (IFEM), online unter: <http://www.ifem.de/infomonitor/jahr-2016>.

Jährliche Programmberichte der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM: <http://www.die-medienanstalten.de/publikationen/programmbericht.html>.

Brosius, Hans-Bernd: Politikvermittlung durch Fernsehen. Inhalte und Rezeption von Fernsehnachrichten.

http://www.supportnetz.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/brosius_politikvermittlung/brosius_politikvermittlung.pdf.