

Hilflos in der Informationsflut überfordert?

« Es war eine jener «10vor10»-Sendungen, die man nicht so rasch vergisst. Im Vorfeld der Miss-Schweiz-Wahlen 2009 testet «glanz & gloria» die Kandidatinnen und zeigt ihnen Bilder zum Erraten. Ob Matterhorn, Bundeshaus oder Bundespräsident Merz, keines der Bilder kommt ihnen bekannt vor. Ausnahmslos alle erkennen hingegen auf Anhieb André Reithebuch, den aktuellen Mister Schweiz. Ungläubig reibt sich nach dem Beitrag selbst unsere 15-jährige Tochter die Augen. Wie kommt es, dass junge Frauen, die unser Land ein Jahr lang repräsentieren wollen, solche Bilder nicht zuordnen können?

Was auf den ersten Blick unglaublich scheint, passt auf den zweiten durchaus zur heutigen Mediengesellschaft. Wir haben zwar mittlerweile jederzeit überall alle möglichen Informationen zur Verfügung. Das bedeutet allerdings noch lange nicht, dass wir auch besser informiert sind. Wir können uns in der Überfülle auch verlieren, uns tagaus, tagein mit Nebensächlichkeiten befassen. So wird politische Bildung dann plötzlich zum beliebigen Hobby. Mag sich dafür interessieren wer will.

Die Unterscheidung zwischen wichtig und unwichtig ist längst zu einer entscheidenden Überlebensstrategie geworden. Je mehr Informationen uns zur Verfügung stehen, umso mehr müssen wir uns fragen: Was muss ich eigentlich wissen? Was ist wirklich wichtig – für mich als Staatsbürger, für meine berufliche Zukunft, für die Zukunft unseres Planeten? Ob wir informiert sein wollen, ist daher keineswegs bloss eine Frage der persönlichen Lust. Davon hängt ab, ob wir als Gesellschaft wirtschaftlich überleben, ob wir die politischen Herausforderungen bewältigen.

Der Redaktion von Informationssendungen kommt dabei eine schwierige Aufgabe zu.

Einerseits muss sie relevante Themen auswählen und sorgfältig aufarbeiten. Zugleich steht sie unter dem Druck, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer ihren Medienkonsum gar nicht nach der Bedeutung richten. Die grossen Zuschauerquoten bringen nach wie vor die Emotionen. So finden sich Redaktionen oft genug in einer Zwickmühle. Einzelschicksale, Sensationen, Kuriositäten versprechen hohe Aufmerksamkeit. Darum eröffnet Prominenz den Zugang zum Studio viel leichter als Kompetenz. Oft genug rücken damit aber völlig unbedeutende Fragen und Themen in den Vordergrund – und gefördert wird statt Informiertheit bloss die Informiertheits-Illusion.

Wollen Informationsmagazine die Herausforderung der Informationsflut annehmen, so sind nicht isolierte Einzelbeiträge wichtig, sondern Hintergrundinformationen, Zusammenhänge, Analysen. Nicht plumpes Wiederkäuen von Informationen einer Pressekonferenz hilft mir, mich zu orientieren, sondern eine Redaktion, die sich bewusst der Aufgabe stellt, Einzelthemen in ihrem Zusammenhang darzustellen. Ausgezeichnet gelingt dies bei aktuellen Magazinen immer wieder dem «Echo der Zeit» oder einzelnen Beiträgen von «10vor10». Typischerweise sind es oft nicht Beiträge über Themen, die zufälligerweise tagesaktuell sind, sondern Hintergrundbeiträge zu politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fragen.

In diese Richtung wird der Trend bei Informationssendungen vermehrt gehen müssen. Twitter, Blogs, Newsdienste im Internet machen die bloss Information über aktuelle Geschehnisse überflüssig. Was der Zuschauer braucht, um sich in der zunehmend unübersichtlicheren Welt zu orientieren, sind vertiefte Beiträge und Hintergrundberichte. Sonst bleibt er so ratlos vor dem Radio oder Fernseher wie die Miss-Schweiz-Kandidatinnen vor dem Bild des Bundespräsidenten. »»



Prof. Dr. Thomas Merz-Abt,
Vorstandsmitglied SRG idée suisse
Ostschweiz

Kommentare zur Carte blanche:
pernille.budtz@sf.tv