Communicatio Socialis 37 (2004), Nr. 2: 158–160
Quelle: www.communicatio-socialis.de

Kassian Stroh

„Versuchung" Bild – wahrheitsgemäße Berichterstattung oder verkaufte News?

Statements und Podiumsdiskussion

Teilnehmer: Friedhelm Brebeck, ARD, Hamburg; Petra Gilb, Ressortleiterin BILD-TV, Hamburg; Prof. Dr. Christian Doelker, Zürich; Pfarrer Dietmar Heeg, Beautragter der Bischofskonferenz für die RTL-Gruppe und ProSieben-SAT.1, Frankfurt/Main. Moderation: Birgit Harprath, Bayerischer Rundfunk, München

Am Beginn der Abschlussdiskussion des Studientags zum Thema „Wahrheitsgemäße Berichterstattung oder verkaufte News?" stand die Erfahrung eines langjährigen ARD-Auslandskorrespondenten: „Wir haben längst aufgegeben, rauszugehen und nach der Wahrheit zu schaufeln", urteilt Friedhelm Brebeck über seine Arbeit. Die eine Wahrheit, wie man sie gerne wissen und darstellen möchte, gebe es nicht, allenfalls Seiten mit Teilwahrheiten. Also bleibe dem Korrespondenten nur, das zu berichten, was er sehe. Über die Frage, ob Bilder wahr sein können, will Brebeck deshalb gar nicht diskutieren. Denn „da draußen" sei der Korrespondent erst einmal vor die Frage gestellt, was er überhaupt könne und was er dürfe. „Man wird eingeschränkt", sagt Brebeck - vor Ort beim Drehen, daheim von Sendeformaten oder Redaktionen. „Wenn man seriös journalistisch arbeitet, kriegt man das in 1'10" oder 1'20" nicht gebacken." Für Hintergründe bleibe da keine Zeit. Sein Fazit daher: „Ich hoffe, dass die Leute noch Zeitung lesen, sonst verstehen sie die Welt nicht mehr." Warum er dann aber noch für das Fernsehen und nicht für eine Zeitung arbeite? „Ein Bild zu machen und zu benutzen, ist immer eine Versuchung", erklärt Brebeck - eine Versuchung „zum Ästhetischen, zum Dramatisieren, zum Unterschwelligen". Angesichts dessen bleibe ihm nichts anderes übrig, „als den Film in Kombination von Wort und Bild gewissenhaft, sorgfältig und so zu machen, wie ich ihn sehen will". Es gebe nun mal nicht den „Filmroboter", der absolute Wahrheiten produziere - „damit müssen die Zuschauer leben".

Doch die Diskutanten redeten nicht nur über TV-Berichterstattung aus Krisengebieten, wie sie Brebeck erlebt und gemacht hat, sondern auch über Boulevardjournalismus im Fernsehen. Petra Gilb, Redaktionsleiterin von BILD-TV, berichtete, dass der „Bild"-Ableger an Boulevardmagazine privater wie öffentlich-rechtlicher Sender Rohmaterial ver-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2004-2-158, am 16.11.2024, 13:23:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

kauft, aus denen diese dann Beiträge machen. Exklusive „Bild"-Geschichten werden so auch im TV vermarktet. „Alles in der Politik betrifft die Lebensplanung der Menschen", sagte Gilb. „Aufgabe des guten Boulevardjournalismus ist, diese Themen zu besetzen und zu übersetzen." Es gelte, auch Menschen zu Wort kommen zu lassen, die sonst nicht gefragt würden. Zwar sei die Auswahl der Fälle, über die BILD-TV berichte, durchaus subjektiv, konzedierte Gilb, am nächsten Tag könne dann aber eine andere Subjektivität gezeigt werden. „Der Zuschauer kann sich so Objektivität bilden." Der eigene Anspruch an BILD-TV: Eine Story dürfe nicht aufgepeppt werden. Für die Qualitätskontrolle sorge schließlich die eigene Glaubwürdigkeit: „Wenn wir die behalten wollen, müssen wir sehr genau und sehr präzise arbeiten."

Die von Brebeck geschilderten Probleme seien zwar wichtig, aber altbekannt, urteilte Christian Doelker, Professor am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. BILD-TV hingegen sei eine neue Form, und da hege er medienpädagogische Einwände. Das Transportieren des Ganzen über den Einzelfall respektive der Schluss vom Einzelfall auf das Ganze sei eine „gefährliche Vorgabe" für die Wirklichkeitseinschätzung des Zuschauers, hielt Doelker den Ausführungen Gilbs entgegen. Denn dieser beziehe aus der Fernsehberichterstattung seine Vorstellung von Wirklichkeit. Da das Bildschirmgeschehen aber ein Mix aus fiktionalen und beschreibenden Darstellungen sei, schätze der Konsument die Wirklichkeit falsch ein. Die Darstellung eines einzelnen Skandals führe schnell zu dem Schluss: Der Staat als ganzes ist faul. „Ich kann also nicht einfach sagen: Das ist die Privatsache des Nutzers, ob er das guckt oder nicht. Denn er bezieht seine Wirklichkeitsvorstellung daraus", erklärte Doelker. Dies sei im Übrigen kein Einwand gegen Infotainment. Nur: Damit ein gewisser Informationsauftrag erfüllt werde, dürfe der Nachrichtenwert nicht dem Unterhaltungswert weichen.

Viel heftiger debattiert als diese Fragen wurde bei der Podiumsdiskussion aber die Arbeit von Dietmar Heeg: Der Beauftragte der Deutschen Bischofskonferenz für die RTL- und die ProSiebenSAT.1-Gruppe führte einige Beispiele der „RTL-Bibel-Clips" vor - 30-Sekunden-Spots, die aktuelle Nachrichtenbilder der Woche in Kombination mit einem Bibelwort zeigen und jeweils sonntags um 18.25 Uhr auf RTL zu sehen sind; sei es ein Psalmenwort („Die Angst meines Herzens ist groß; führe mich aus meinen Nöten!") zu den Bildern wegen Anthrax-Verdachts gesperrter Büros in den USA, sei es „Lasst uns nach dem streben, was dem Frieden und dem Aufbau dient" zu Bildern des Anti-Terror-Einsatzes der Bundeswehr. Die Bibel-Clips, so Heeg, seien mit durchschnittlich zwei Millionen Zusehern „das kürzeste, aber quotenträchtigste Fernsehprogramm der Kirche"; sie seien ein „niederschwelliges Programm" und der „Ver-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2004-2-158, am 16.11.2024, 13:23:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/ag

such, auf dem Boulevard einen Punkt zu setzen". Denn dort müsse die Kirche präsent sein. Die Botschaft der Clips sei: „Die Bibel hat zu jeder Lebenslage, zu jeder politischen Lage etwas zu sagen."

Dafür jedoch erntete Heeg heftigen Widerspruch: Die von ihm vorgeführten Spots seien zum Teil journalistisch sehr schlecht gemacht, monierte Brebeck: „Das würde in keinem öffentlich-rechtlichen Fernsehsender gezeigt." Heeg rechtfertigte die Clips, sie erhöben gar nicht den Anspruch, „journalistisch sauber" zu sein. Vielmehr seien sie Verkündigungssendungen, daher tendenziös. Doelker wiederum kritisierte, ausgerechnet die Kirche erliege hier der „Versuchung Bild" und der Versuchung, „auf den glitschigen Boulevard zu gehen". Zudem trage sie mit den Bibel-Clips zum allgemeinen Ästhetiktrend des „Clipisierens" bei, der aber überwunden werden müsse. Heeg hingegen freute sich, dass sich Menschen an seinen Clips „reiben": „Wir wollen ein Stolperstein im Programm sein." Zudem sei das Format zwar innerkirchlich sehr umstritten, im säkularen Bereich aber nicht - diese Erfahrung habe er in sieben Jahren immer wieder gemacht.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2004-2-158, am 16.11.2024, 13:23:58
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb