

Eine qualitative Studie zum Begriffsverständnis

Was ist eigentlich Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung?

Von Thomas Windgasse* und Rüdiger Malfeld**

Der gesellschaftliche Mehrwert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist in einer zunehmend digitalisierten und fragmentierten Medienlandschaft Gegenstand zahlreicher Diskussionen. Der damit einhergehende Qualitätsdiskurs gilt als ein Prozess, in dem der gesellschaftliche Anspruch an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit den gesellschaftlichen Akteuren kontinuierlich justiert wird. (1) Im Rahmen dieses Diskurses erlangen die im Rundfunkstaatsvertrag verwendeten Begrifflichkeiten besondere Bedeutung. Für die Frage, welche gesellschaftlichen Ansprüche sich aus den Formulierungen des Rundfunkstaatsvertrags in der Praxis ergeben, ist relevant, was die Gesellschaft unter den dort genannten Parametern versteht.

Fragestellung

Die Studie, aus der im Folgenden berichtet werden soll, bezieht deshalb ihre Fragestellung aus dem Programmauftrag, den der Rundfunkstaatsvertrag festlegt. Wie weiter unten ausgeführt, werden darin fünf Begriffe benutzt, die die inhaltliche Dimension des Auftrags festlegen sollen. Diese Begriffe sind im Rundfunkstaatsvertrag und in den Landesgesetzen über die Rundfunkanstalten nicht weiter definiert. Sie sind es aber, die Gegenstand vieler Diskussionen um den Auftrag sind – vor allem die Gegenüberstellung von Information und Unterhaltung. Was in der Auslegung der Begriffe nicht berücksichtigt wird, ist das Verständnis des Publikums. Hier sollte eine Studie des WDR einen Einblick verschaffen, indem danach gefragt wurde, was die Menschen mit den ausgewählten Begriffen verbinden. Es ging darum, herauszufinden, welche Vorstellungen das Medienpublikum, also die Bevölkerung, von diesen im rechtlichen Kontext genutzten Begriffen hat. Die Begriffe sollten somit aus ihrem normativen Anwendungsbereich gelöst und das aktuelle Alltagsverständnis dieser Begriffe erfasst werden. Die Ergebnisse der Studie geben damit Auskunft, wie die im Programmauftrag genutzten Begriffe Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung vom Publikum heute verstanden werden.

Alltagsverständnis
ausgewählter
Begriffe untersucht

Kurz und knapp

- In einer Studie des WDR wurde ermittelt, welche Vorstellungen Menschen von den im Rundfunkstaatsvertrag festgelegten Elementen des Auftrags der ö.-r. Medien haben.
- Die Begriffe Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung weisen aus Sicht der Bevölkerung unterschiedliche Facetten auf.
- Als zentral erweist sich der Begriff der Unterhaltung, der auch mit Informations- und Kulturangeboten in Verbindung gebracht wird.

Im heutigen „Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien“ (Rundfunkstaatsvertrag) regeln die 16 Bundesländer nach kontroversen Diskussionen seit 1987 einheitlich die Grundlagen des Rundfunkrechts. Das Regelwerk steuert damit das duale System, bestehend aus öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk und definiert unter anderem den Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. (2)

Im zweiten Abschnitt des Rundfunkstaatsvertrages heißt es zu den „Vorschriften für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ unter § 11 Auftrag, Absatz 1: „Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.“ (3)

Auch im künftigen Medienstaatsvertrag, der im Laufe des Jahres 2020 den Rundfunkstaatsvertrag ablösen soll, spielen die Begriffe weiterhin eine zentrale Rolle: Im geplanten § 26 Abs. 1 werden die bisherigen Bestimmungen wortgleich übernommen. (4)

Zielsetzung der Studie war, Auskunft darüber zu geben, wie die im Programmauftrag genutzten Begriffe Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung vom Publikum heute verstanden werden. Die Ergebnisse sind als Input für die Programmschaffenden gedacht, sowie dazu, die Facetten der Begriffswahrnehmung zu erfassen, um sie im Hinblick auf konkrete Programmangebote zu evaluieren und damit eine Hilfestellung für die Operationalisierung der abgefragten Begriffe in zukünftigen Forschungsansätzen zu liefern. Im Fokus stehen hierbei folgende Fragen: Wie soll mein Angebot wahrgenommen werden? Welchen Schwer-

Information, Beratung,
Bildung, Kultur und
Unterhaltung als
Elemente des Auftrags

Studienergebnisse
als Input für
Programmschaffende

* WDR Medienforschung.

** WDR Programmdirektion NRW, Wissen und Kultur

punkt gebe ich mit? Wie weit kann ich das beeinflussen? Und: Wie erfasse ich die Facetten der Begriffswahrnehmung bezogen auf meine Angebote?

Methode

Qualitative Gruppendiskussionen durchgeführt

Um das Verständnis der Begriffe differenziert ermitteln zu können, wurde ein qualitatives Studiendesign gewählt. Dazu wurden im Juli 2017 acht Gruppendiskussionen mit jeweils sechs Teilnehmern (5) und jeweils zwei Stunden Dauer durchgeführt. Ort der Diskussionen war Essen, das beauftragte Marktforschungsinstitut war GfKmc. Es gab jeweils zwei Gruppen mit Teilnehmern der Altersgruppen 15 bis 18 Jahre, 19 bis 29 Jahre, 30 bis 49 Jahre und 50 bis 69 Jahre. Männer und Frauen fanden sich häuftig in den Gruppen, formal eher hoch und eher gering Gebildete ebenfalls.

Um den Assoziationsspielraum nicht einzuschränken, hatten die Diskussionsrunden zu Beginn keinen direkten medialen Aufhänger zu den abgefragten Begriffen. Dies muss für die Einordnung der folgenden Ergebnisse berücksichtigt werden. Die medialen Bezüge stellten sich während der Diskussionen von selbst ein.

Bedeutungsraum Information

Der Bedeutungsraum des Begriffs Information wird im Wesentlichen durch vier Teilbereiche aufgespannt. Dies sind die Bereiche Aufmerksamkeit, Verbundenheit, intellektuelle Leistung und Gemeinsamkeit (vgl. Abbildung 1).

Aufmerksamkeit

Der Bereich der Aufmerksamkeit ist definiert durch die Aktualität und den Neuigkeitswert von Information, der sich im ersten Kontakt zum Beispiel über Schlagzeilen vermittelt. Hier sind sowohl Informationen über das aktuelle Geschehen als auch praktische Informationen, die das alltägliche Leben betreffen, relevant. Genannt werden hierbei beispielsweise „klassische Aussagen über das, was halt momentan in der Welt so abgeht“ oder „Veranstaltungshinweise auf Plakaten, im Internet und auf Facebook“. Der Bogen reicht von klassischen Nachrichten über Veranstaltungshinweise bis zu Werbung, mit der aus Sicht der Befragten ebenfalls Informationen transportiert werden. Außerdem kann Aufmerksamkeit auch durch Klatsch- oder „Fake“-Informationen generiert werden. Letzteres wird von den Befragten auch mit der Intention zu provozieren in Verbindung gebracht.

Soziale Verbundenheit als Teilaspekt von Information

Ein zweiter Bereich ist die „Verbundenheit“. Losgelöst von vornehmlich medialer Kommunikation geht es hier um die Kommunikation im Familien- oder Freundeskreis. Thema sind beispielsweise persönliche Informationen, etwa die Sorge um andere Menschen im persönlichen Umfeld. Dies äußert sich zum Beispiel in dem Wunsch, „persönliche Nachrichten, wie es meiner Familie und meinen Freunden geht“ zu erhalten. Soziale Interaktion ist bestimmend.

Gemeinsamkeit

Nahe bei der „Verbundenheit“, aber doch mit etwas anderer Ausprägung, liegt das Stichwort „Gemein-

Abb. 1 Der Bedeutungsraum von Information

Aufmerksamkeit

- Neuigkeitswert
- Aktualität
- Werbung
- Schlagzeilen
- Provokation durch Fake & Klatsch

Verbundenheit

- Kommunikation mit dem Freundeskreis
- Frage, wie es den anderen geht
- Sorge um die anderen

Intellektuelle Leistung

- Suchen & Wahrnehmen
- Lernen
- Recherchieren
- Kommentieren
- Diskutieren
- Sinnvolle Gespräche

Gemeinsamkeit

- Etwas, das alle betrifft
- Etwas, das von allgemeinem Interesse ist
- Regionalität

Quelle: WDR Medienforschung: Studie: Was ist eigentlich Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung?

samkeit“. Hier geht es weniger um Informationen aus dem persönlichen Umfeld als um solche, die alle betreffen bzw. von allgemeinem Interesse sind, sei es bundesweit oder regional. Die Befragten nannten hier zum Beispiel „Deutschlandpolitik, Dinge, die uns hier betreffen“ oder „Das Regionalprogramm [...], wo ich erfahre, was hier los ist“.

In jedem Fall, gleich welcher Teilbereich stärker berührt wird, ist intellektuelle Leistung bei der Suche und Verarbeitung gefragt. Informationen werden entweder aktiv gesucht oder sogar recherchiert oder sie werden eher passiv nur wahrgenommen: Man kriegt einfach etwas mit. Nach diesem Schritt erfolgt eine Weiterverarbeitung als Lernen (intentional und nicht intentional). Das Kommentieren von Informationen oder von Diskussionen und Gesprächen darüber werden hier als Beispiele genannt. Dies scheint unabhängig von der thematischen Ausrichtung der Informationen zu gelten. Befragte nannten hier durchaus unterschiedliche Programmgenres, für die diese Verarbeitungsmechanismen greifen („Die Infosendungen der Öffentlich-Rechtlichen, die tief in die Themen reingehen“ oder „Auch Quizshows sind Informationen, man lernt etwas“).

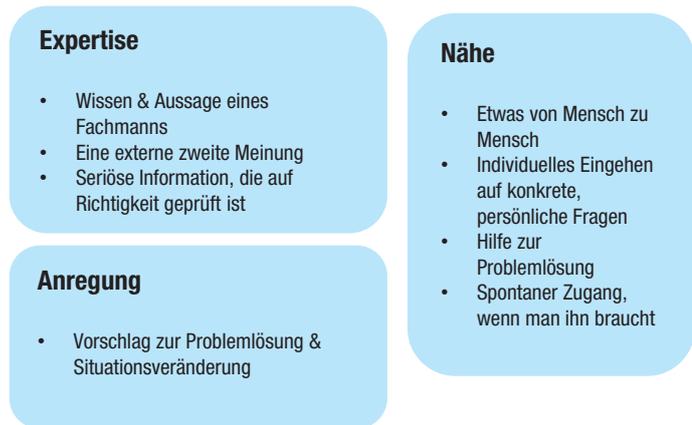
Bedeutungsraum Beratung

Beratung besteht für die Befragten im Kern aus Informationstransfer: „Es gibt einem jemand Informationen, der diese überprüft und nachgesehen hat“, so ein O-Ton aus der Studie. Beratung kann speziell die Aspekte Nähe, Expertise und Anregung auf sich vereinen (vgl. Abbildung 2). Der Begriff der Nähe bezeichnet hierbei die unmittelbare Mensch-zu-Mensch-Situation, die den Begriff Beratung cha-

Informationen erfordern eine intellektuelle Leistung

Individuelle Problemlösung durch Informationstransfer

Abb. 2 Der Bedeutungsraum von Beratung



Quelle: WDR Medienforschung: Studie: Was ist eigentlich Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung?

Abb. 3 Der Bedeutungsraum von Bildung



Quelle: WDR Medienforschung: Studie: Was ist eigentlich Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung?

Leistung als relevante Aspekte angeführt (vgl. Abbildung 3). Zusätzlich ist hier der Aspekt der Entwicklung prägend: „Bildung bezieht sich vor allem auf das eigene Interesse und die eigene Motivation, sich als Person bzw. Persönlichkeit zu entwickeln.“ Hinzu kommen Prozesse des Reifens, Erwachsenwerdens sowie die Erweiterung des eigenen Horizonts, die von den Befragten in diesem Kontext genannt werden. Somit fallen Erfahrungen, Schulisches, neue Perspektiven, aber auch Lebenseinsichten für die Befragten unter den Begriff Bildung.

Die Aspekte Verbundenheit, Gemeinsamkeit und intellektuelle Leistung haben im Bildungskontext andere Konnotationen als bei der Information. Mit Verbundenheit bezogen auf Bildung ist gemeint, dass ich – sobald ich etwas über ein Objekt, beispielsweise ein anderes Land, weiß – über diesen Bildungsstand eine Verbindung zu diesem Objekt habe. Als Beispiel werden hier Fremdsprachenkenntnisse angeführt. Die assoziative Ausgestaltung der Gemeinsamkeit bezieht sich hier zum einen auf die einheitlichen, gemeinsamen Bildungswege (Schule), zum anderen auf die Regeln zum sozialen Miteinander – „gutes“ Benehmen gegenüber den Mitmenschen als Zeichen von „guter“ Bildung bzw. Erziehung.

Gerade bei der „Bildung“ geht es natürlich auch um Information. Deshalb ist für die Befragten auch hier die intellektuelle Leistung ein wichtiger Teilaspekt von Bildung. Anders als beim Begriff Information ist der Kern hier das Wissen, das ich intentional erwerbe oder weitergebe, das Lernen und das Lehren. Zur intellektuellen Leistung gehört für die Befragten, „sich mit etwas zu beschäftigen, weil es einen interessiert“ oder die Fähigkeit „Infos zu vernetzen, weiterzugeben und zu erweitern“. Zu diesen Prozessen gehört es, zu strukturieren und zu analysieren, um darüber zu Verständnis und Einsicht zu gelangen.

Zu Bildung gehört intellektuelle Leistung

rakterisiert. Damit assoziiert wird beispielsweise, bei Bedarf einen spontanen Zugang zu erhalten. Nähe heißt aber auch, Hilfe für die eigene individuelle Problemlösung zu bekommen, um dadurch die eigene Situation verändern zu können. Dies fällt unter den Aspekt Anregung. Möglich wird dies durch die Expertise, die externe, mindestens zweite Meinung, die seriös und, vermittelt durch jemanden vom Fach, damit auch richtig ist.

Bedeutungsraum Bildung

Weitergehende Adaption von Informationen Der Assoziationsraum Bildung hat auf den ersten Blick einige Gemeinsamkeiten mit der Information. Für die Bildung werden – wie bei der Information – Verbundenheit, Gemeinsamkeit und intellektuelle

Bedeutungsraum Unterhaltung

Das vom Begriff Unterhaltung aufgefächerte Verständnisspektrum ist das umfassendste von allen hier abgefragten. Grob gesprochen finden hier sowohl hedonistische als auch eudaimonische Unterhaltungsfunktionen Erwähnung. Wir haben es mit sechs Bereichen zu tun, von denen zwei schon im Rahmen anderer Bedeutungsräume relevant waren (vgl. Abbildung 4). Der erste von diesen zweien ist bereits als eigenständiger Begriff abgefragt worden: die Information. Quiz-, Talk-, Satireshows und auch Boulevardangeboten im Internet wird – obwohl es sich primär um unterhaltende Angebote handelt – ein Informationspotenzial zugebilligt, das Anregung zum Nachdenken und zum Austausch gibt, solange ein gewisses Mindestmaß an Niveau gegeben ist. In der Wissenschaft wird diese Medienwirkung als eudaimonische Unterhaltungsfunktion beschrieben. Dies ist eine Unterhaltungsform, die auch bei komplexen, anspruchsvollen fiktionalen Formaten eine wichtige Funktion erfüllt. Die

Hedonistische sowie eudaimonische Motive relevant

Abb. 4 Der Bedeutungsraum von Unterhaltung



Quelle: WDR Medienforschung: Studie: Was ist eigentlich Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung?

Debatten um den Rundfunkauftrag sind gerade in dieser Hinsicht zum Teil zu undifferenziert. (6) Die Befragten charakterisierten diese Funktion mit Aussagen wie „auch Informationsaustausch in Gesprächssendungen ist Unterhaltung“ oder nennen beispielhaft „Satire Shows wie ... – man bekommt Informationen, kann aber darüber lachen“.

Der zweite der schon genannten Begriffe ist Gemeinsamkeit. Unterhaltung schafft nach Meinung der Befragten über die gemeinsame Rezeption Gemeinsamkeit, die sich auch darin äußert, sozial zu interagieren und sich über das Gesehene auszutauschen.

Spannung und Entspannung als wichtige Teilaspekte von Unterhaltung

Die weiteren Elemente des Bedeutungsraums von Unterhaltung liegen in Ergänzung zur oben erwähnten eudaimonischen Unterhaltung im Feld der sogenannten hedonistischen Unterhaltung, auf die der viel komplexere Unterhaltungsbegriff oft reduziert wird.

Da wären zunächst einmal Spannung und Entspannung. Es werden beide vermeintlich gegensätzlichen Pole mit Unterhaltung assoziiert, da beide eine gewisse emotionale Verfasstheit ansprechen. Mit Spannung ist dabei emotionale Aufladung gemeint, das Involvement und die damit entstehende nahezu körperliche Faszination und Aufregung. Die Befragten äußern in diesem Zusammenhang als typisches Gefühl „hineingezogen zu werden“ und „etwas Spannendes zu erleben, das einen fesselt“. Entspannung bedeutet auf der anderen Seite des emotionalen Spektrums den Rückzug aus Stress, ohne Anstrengung abzuschalten zu können und dem Nichtstun zu frönen.

Unterhaltung zudem mit Freiheit von Zwängen und mit Spaß assoziiert

Sicherlich ableitbar aus diesem Feld, aber mit genügend Substanz, um eigenständig aufgeführt zu werden, ist der Bereich Freiheit. Unterhaltung bedeutet auch eine Flucht aus dem Alltag (Eskapismus) und die Freiheit von Zwängen. Ein prägender

Aspekt ist hier die Freiwilligkeit im Handeln. Dieser sowie die anderen Aspekte äußern sich dann darin, sich einfach treiben zu lassen oder herumzustöbern. Diese Funktionen manifestieren sich in Äußerungen wie zum Beispiel: „etwas für abends, zum Berieseln“ oder „vom Alltag abschalten, runterkommen“.

Zum Bedeutungsraum von Unterhaltung gehört schließlich auch der Aspekt, Spaß zu haben. Dieser wird mit Humor und Witz oder Lustigem, über das gelacht werden kann, assoziiert, mit dem Effekt, die eigene Stimmung aufzuhellen, um dann gute Laune zu haben.

Sowohl eudaimonische als auch hedonistische Unterhaltung stellen alltagsüberschreitende Funktionen von Medien dar, die unterschiedliche Bedürfnisse ansprechen. Unterhaltung kann somit sowohl persönliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten bieten, als auch das Abtauchen in andere Welten unterstützen.

Bedeutungsraum Kultur

Der Bedeutungsraum „Kultur“ ist am schwierigsten fest zu machen, weil sich die zugeordneten Bereiche als weniger fassbar und auch weniger abgrenzbar erweisen als dies bei den anderen Begriffen der Fall ist. Das zeigt sich zum Beispiel daran, dass Kultur mit einer „Vielfalt an Bezugsfeldern“ in Verbindung gebracht wird, denen allen ein Beitrag zum kulturellen Leben zugeschrieben wird. (vgl. Abbildung 5) Zum Spektrum gehören hier kulturelle Institutionen, Events oder Kunstformen; aber auch Aspekte des Alltagslebens werden mit dem Begriff Kultur in Zusammenhang gebracht. Die Befragten schlagen grundsätzlich im Gespräch den weiten Bogen von der Hochkultur bis hin zur Ess-

Vielfältige Bezugsfelder

Abb. 5 Der Bedeutungsraum von Kultur



Quelle: WDR Medienforschung: Studie: Was ist eigentlich Information, Beratung, Bildung, Kultur und Unterhaltung?

kultur, der letztlich von persönlichen Präferenzen abhängt. Dies äußert sich in Aussagen wie „für die einen Theater und Oper, für die anderen Kirmes und Essen aus anderen Ländern ...“. Aber auch im Hinblick auf die Bandbreite dessen, in welcher Ausprägung sich Kultur zeigt, wird ein breites Spektrum gesehen („Denkweise, Landschaften und Rezepte verschiedener Länder ...“).

Kontext die Vermittlung von gesellschaftlichen Traditionen, Normen und Standards. Und diese bringen auch immer wieder gesellschaftliche Anforderungen (Pflichten) oder gar einen Anpassungszwang mit sich, der mit Klischees, Mief und Langeweile in Verbindung gebracht wird („etwas Spießiges, Altmodisches. Nichts Hipbes...“). Befragte nannten hier beispielsweise „Pflichten und Traditionen, denen man sich anpassen muss, wenn man nicht unangenehm auffallen will“. Wie weiter oben erläutert, wurde den Gruppen für den breiteren Assoziationspielraum kein direkter Medienbezug vorgegeben. Die medialen Bezüge kamen dann von den Befragten selbst. Für die Kultur kamen diese im Vergleich aller Gruppendiskussionen am spätesten im Gesprächsverlauf.

Kultur wird mit Anspruch assoziiert

In der Regel muss aber ein gewisser Anspruch gewährleistet sein. Oft muss es sich um etwas Besonderes und qualitativ Hochwertiges handeln, dem man mit Konzentration und Ernsthaftigkeit begegnen muss und für dessen Rezeption Bildung die Basis ist. Kultur hat für die Befragten in diesem Kontext „einen tieferen Sinn“ und ist „nicht nur zum Zeittotschlagen“ bestimmt. Der Anspruch kann sich aber auch in einem besonderen Rezeptionserlebnis äußern: „Man sitzt, hört zu und genießt“.

Überschneidungen und Unterschiede zwischen den Bedeutungsräumen

Die bisher dargestellten Bedeutungsräume existieren in der Wahrnehmung der Befragten keineswegs isoliert nebeneinander. Es zeigen sich sowohl Überschneidungen zwischen verschiedenen Bedeutungsräumen als auch charakteristische Unterschiede.

Zu diesem Anspruch gesellt sich für die Befragten auch die Auseinandersetzung mit kulturellen Angeboten, die in Form sozialer Interaktion oder auch als Diskussion stattfinden kann. Darüber entsteht Gemeinsamkeit. „Kultur“ wird also auch mit Verbundenheit und Zusammengehörigkeit assoziiert, zum Beispiel gemeinschaftsbildend: „große Events, wo unterschiedliche Menschen zusammenkommen“ oder identitätsstiftend: „das Ursprüngliche, das eine Stadt ausmacht“.

In medialen Angeboten, denen ein Unterhaltungswert zugeschrieben wird, fließen oft Aspekte von Information und Unterhaltung selbstverständlich zusammen, bis hin zu der Aussage „Unterhaltung und Informationen kann man kaum voneinander trennen ...“. Das ist den Befragten durchaus bewusst, sie ordnen klassische Unterhaltungsangebote – wie beispielsweise Quizshows – als unterhaltsam ein, aber sprechen ihnen auch einen informativen Gehalt zu. Genauso sind für sie Satireshows – natürlich – witzig, es wird aber auch erkannt, dass sie auf Information basieren. Persönlich relevante Informationen können umgekehrt aber auch ein Unterhaltungserlebnis generieren.

Information und Unterhaltung können Hand in Hand gehen

Kultur als Vermittlung gesellschaftlicher Traditionen

Der letzte Bedeutungsbereich für die Kultur ist mit Anpassung überschrieben und liefert als einziger in der gesamten Untersuchung auch deutlich negative Assoziationen. Kultur bedeutet in diesem

So gelten gut gemachte Dokumentationen auch als unterhaltsam. Talkshows finden die Befragten einerseits sehr informativ, sie können in ihren Augen andererseits aber auch unterhalten, spätestens, „wenn es heiß hergeht“. Nachrichtenformaten wird ebenfalls ein unterhaltender Mehrwert zugeschrieben, wenn diese zum Beispiel witzig aufgemacht sind oder als Format für den Befragten relevant sind: „Es gibt Leute, für die ist sogar die „Tagesschau“ unterhaltsam“. Auch neuen Verbreitungswegen werden beide Attribute zugeschrieben: „Gut gelaunte YouTuber präsentieren Lerninhalte in amüsanten Form“. Und Radiosender bieten „schon immer“ einen fließenden Mix an Musik, Berichten und Verkehrsmeldungen, der sowohl als informativ als auch als unterhaltsam wahrgenommen wird.

Information erhält man, Bildung muss man sich aneignen

Zwischen den Bedeutungsräumen Information und Bildung sehen die Befragten dagegen eher charakteristische Unterschiede. Aus der Sicht der Befragten ist Information – im Vergleich zur Bildung – ein schnell und einfach verfügbare und nutzbarer Inhalt. Informationsinhalte werden laut den Befragten dadurch charakterisiert, dass man Zugang zu ihnen hat, ohne sie intensiv gesucht zu haben, man sie nach Belieben aufnehmen oder ignorieren kann, sie einem tagtäglich begegnen (auf einen „einprasseln“) und die man „serviert“ bekommt.

Dagegen ist Bildung eine Herausforderung zu Aneignung und Leistung; Wissen, das man zu behalten versucht. Hier geht es mehr um das gezielte Suchen nach Inhalten, die einen persönlich interessieren, sowie um ein tieferes Herangehen an Themen. Bildung wird stärker als Information mit einer Eigenleistung verbunden gesehen, als etwas, das man sich erarbeiten und aneignen muss und das man dann auch behalten möchte.

Der Unterschied zwischen Information und Bildung ist die Tiefe der Auseinandersetzung mit den mitunter gleichen Themen. Die Unterscheidung wird von den Befragten recht klar vorgenommen: „Bildung ist ein Schritt weiter, verarbeitete und weiter entwickelte Information“, „Bildung geht über Information hinaus“.

Grenzen zwischen Kultur und Unterhaltung fließend

Die Grenze zwischen „Kultur“ und „Unterhaltung“ erweist sich im Urteil der Befragten als fließend und hängt sehr stark ab von der aktuellen individuellen Perspektive und dem Anspruch der Rezipienten. Das heißt, die Zuschreibung, ob etwas Kultur ist oder Unterhaltung, ist weitestgehend volatil. Dinge oder Angebote, denen in der Einzelbesprechung der Begriffe noch Unterhaltungswert zugesprochen wurde (zum Beispiel Literatur, Museum, Kunst, auf Medien bezogen Kultursender wie arte), werden im direkten Vergleich der Begriffe als „reine Kultur“ bezeichnet. Mit ihnen wird ein Bogen von hochkulturellen Angeboten über – populäre – Mischformen, zu denen beispielweise Kabarett, Parks, Denkmäler, Festivals, Talkshows und Eventgastronomie gezählt werden, bis zu „leichter Unterhaltung“ gespannt. Dazu gehören dann zum

Beispiel Satire, Quizshows, Comedy-Videos und Social Media.

Würde man diese Spanne mit dem theoretischen Rahmen der oben schon erwähnten Unterhaltungsdifferenzierung beschreiben wollen, wären auch im Bedeutungsraum Kultur sowohl eudaimonische als auch hedonistische Unterhaltungsaspekte vertreten.

Fazit

Die abgefragten fünf Bedeutungsräume überlappen sich in der Wahrnehmung der Befragten zum Teil sehr stark. Als zentral wird aber gewiss der Bereich Unterhaltung erlebt, der wie ein gemeinsamer Nenner etwas mit allen zu tun hat. Unterhaltung ist damit der weiteste Begriff. Kultur ist der am kompliziertesten zu fassende Begriff und auch derjenige, der (teilweise) am negativsten besetzt ist.

Wie weit die Begriffsbedeutungen von den Vorstellungen der Verfasser des Rundfunkstaatsvertrages oder auch der Programmschaffenden, die den Auftrag erfüllen müssen, entfernt sind, bleibt offen. Es steht aber zu vermuten, dass die Vorstellungen des Publikums bzw. der Bevölkerung zum Teil deutlich darüber hinausgehen und um einiges vielfältiger und gleichzeitig weniger trennscharf sind. Dies gilt speziell im Hinblick darauf, dass die Begriffsvorstellungen auch intensiv mit Funktionen, nicht nur mit Inhalten, verknüpft werden. Dadurch wird das gleiche Angebot oft nicht nur inter- sondern auch intraindividuell anders eingeordnet.

Dieser Aspekt betrifft vor allem die von Neuberger beschriebene Differenzierung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags in die Angebots- und Beziehungsdimension. (7) Vermeintlich einfache Beschreibungen des Angebots, zum Beispiel Unterhaltung, Information und andere werden in der Berücksichtigung der Beziehung zum Publikum in ihrer Bedeutung weitaus komplexer, als sie ursprünglich gedacht waren. Dies ist relevant, wenn die Erwartungen des Publikums und die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Hinblick auf ihren gesellschaftlichen Mehrwert in Einklang gebracht werden sollen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Neuberger, Christoph: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Qualitätsdiskurs. Substantielle und prozedurale Bestimmung des gesellschaftlichen Mehrwerts. In: Media Perspektiven 10/2019, S. 434-443.
- 2) Vgl. Binder, Reinhart/Thomas Vesting (Hrsg.): Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, 4. Auflage, München 2018, Rn. 1 ff.

Unterhaltung kennt viele Facetten, Kultur ist schwer zu fassen

Funktionen der Angebote relevant für deren Begriffsbestimmung

Unterscheidung zwischen Angebots- und Beziehungsdimension sinnvoll

- 3) Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien vom 31. August 1991. In: Rundfunkrechtliche Staatsverträge in der Fassung des Zweiundzwanzigsten Rundfunkänderungsstaatsvertrages (in Kraft seit 1. Mai 2019). Media Perspektiven Dokumentation I/2019, S. 12 f. Quelle: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dokumentation/2019-1_Rundfunkstaatsvertrag_i.d.F._22.RFAESTV_in_Kraft_seit_1.5.2019.pdf.
- 4) Entwurfsstand nach Beschluss der Ministerpräsidenten unter https://www.rlp.de/fileadmin/rlp-stk/pdf-Dateien/Medienpolitik/ModStV_MStV_und_JMStV_2019-12-05_MPK.pdf.
- 5) Aus formalen Gründen wird hier auf eine genderneutrale Darstellung verzichtet. Wenn hier von Teilnehmern u.ä. die Rede ist, sind ebenso Teilnehmerinnen sowie Diverse inkludiert.
- 6) Vgl. Gleich, Uli: ARD-Forschungsdienst. Unterhaltung als wertvolle Erfahrung bei der Mediennutzung. In: Media Perspektiven 6/2019, S. 303-308.
- 7) Vgl. Neuberger (Anm. 1).

