

HOME

AKTUELL

Inhaltsverzeichnis
Login Abonnement

ARCHIV

Registrierung
Login/Suche

MEDIA

Links
Museum

ABONNEMENTS

Abonnieren
Ändern

ANZEIGEN

Tarif-Dokumentation

KONTAKT

IMPRESSUM

DISCLAIMER

AKTUELL

MTJ Nummer 11 – 2006

KOLUMNE

► Druckversion (PDF-File)

Anti-Aufklärung

VON REGULA STÄMPFLI

Dumpfbackenformate sowie neue Studiodekorationen sind die Neuerungen des Schweizer fernsehens der letzten Jahre. Wenn nun Fulvio Pelli ausgerechnet die «Arena» kritisiert, schlägt er den Sack statt den Esel.

FDP-Parteipräsident Fulvio Pelli schlug Mitte Oktober den Sack und meinte wohl den Esel. Ausgerechnet die «Arena» muss in Pellis Interpretation als Schlagschiff für «Blochers Provokationen» herhalten. Pelli, nicht zimperlich, redete von «einer Schande», weil sich das Schweizer Fernsehen von Blocher habe «instrumentalisieren lassen». Doch an der Skandalisierungsstrategie – übrigens aller Parteien – ist alles andere als ausgerechnet die «Arena» als eine der wenigen verbliebenen Polit- und Informationsformate im Schweizer Fernsehen verantwortlich. «Wenn ich Neger sage, dann bleibt die Kamera auf mir», meinte einmal SVP-Parteipräsident Ueli Maurer treffend. Damit beschrieb er den Wandel, der eine Gesellschaft erfasst hat, in welcher alle Werte zur Disposition stehen und jedes Mittel recht ist, überhaupt noch gehört zu werden. Das hätte Pelli thematisieren sollen! Und wenn er sich wirklich mit dem Schweizer Fernsehen anlegen wollte, gäbe es fundiertere Kritik als einen Pauschalschlag gegen die «Arena». «Die SRG soll kommerziell keuscher werden», schrieb die NZZ im Oktober, und tatsächlich, da liegt der Hund begraben. Denn was punkto Information und Politik unter der Ägide der neuen Direktorin Ingrid Deltenre alles nicht passiert ist, ist der eigentliche Skandal. Ihre konsequente, nicht sehr einfallsreiche und langfristig für die SRG zum Problem mutierende Kommerzialisierungsstrategie erfüllt langfristig nicht nur den öffentlich-rechtlichen Auftrag nicht, sondern ist voll auf Anti-Aufklärung ausgerichtet. Polit- und Informationsformate haben in einer solchen Strategie kaum Chancen auf Weiterentwicklung und sind die Stiefkinder von SF 1 und SF 2. Es werden Millionen für ein Dumpfbackenprogramm der untersten Schublade wie «Black n' Blond» verlockt – Geld, das in Form eines Bruchteils dieser Summe plötzlich für herausragende Korrespondenten wie Werner van Gent fehlt. Aber wahrscheinlich ist in einer Fernsehwelt, die von Epineys und Kilchspergers bevölkert ist, all das, was in der Türkei, Griechenland oder im Nahen Osten passiert, sowieso irrelevant. Dass Politik spannend, unterhaltsam, wichtig, fürs Leben bereichernd und den Horizont erweiternd wirkt, ist den Schweizer Programmstrateginnen wohl völlig unbekannt. Dabei wäre es ein Leichtes, mal über den Teich zu schauen. Jon Stewart produziert mit der «Daily Show» eine Politsendung, die ihresgleichen sucht punkto inhaltlichem Gewicht und Weiterbildung. Die BBC schafft es, mit «Have I got News for you» jede Woche Politik und Zeitungen auf die Schippe zu nehmen, so dass Politik höchst informativ und unterhaltend überkommt. TF 1 und 2 produzieren Nachrichtensendungen, die über 30 Minuten konzipiert, mit anschliessenden Talkshows eine politische Diskussionskultur schaffen.

Infotainment wäre eine grossartige Aufgabe, wenn sie ernst genommen würde. Selbstverständlich braucht es aber für solche Konzeptionen Grips und nicht nur weisse Zähne. Doch in der Schweiz wird von den USA nur Schrott kopiert, statt das Beste zu übernehmen. So wurden die SF-Studios derart seicht mit einer Kopie der uninspirierenden US-Visualisierung neu aufgerüstet, dass nun auch die gescheiterten Moderatorinnen mit ihren Dresscodes wie schlechte Nummerngirls rüberkommen. Entpolitisierte, anti-pluralistische und langweilige hätte der Branding-Einheitsbrei nicht ausfallen können! Kurz: Fulvio Pelli hätte viel zu kritisieren gehabt. Er hat es jedoch vorgezogen, den Boten anstatt den Absender zu



prügeln.



© 2001 mediaTrendJournal | design by [update AG](#), Zürich 2003