

TEXTE



ÖFFENTLICH-RECHTLICHE QUALITÄT IM DISKURS

4

WEDER POLARISIEREN NOCH MORALISIEREN

DR. BEATE WINKLER

BUREAU OF EUROPEAN POLICY ADVISERS DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION

12

DIE KOMPLEXE WELT ERKLÄREN

DR. UWE KAMMANN

GRIMME-INSTITUT DEUTSCHLAND

18

MEDIENKUNST UNTERHALTUNG

PROF. DR. FRITZ PANZER

CLUB DER KOMISCHEN KÜNSTE

22

AN EVALUATION OF PUBLIC BROADCASTING IN THE INTERNATIONAL CONTEXT

ANTHONY MILLS

INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE

25

DIE LEITMEDIEN DER MEDIENMACHER

DR. DANIELA KRAUS

MEDIENHAUS WIEN



DIE 5 QUALITÄTSDIMENSIONEN

INDIVIDUELLER WERT

VERTRAUEN
SERVICE
UNTERHALTUNG
WISSEN
VERANTWORTUNG

GESELLSCHAFTSWERT

VIELFALT
ORIENTIERUNG
INTEGRATION
BÜRGERNÄHE
KULTUR

ÖSTERREICHWERT

IDENTITÄT
WERTSCHÖPFUNG
FÖDERALISMUS

INTERNATIONALER WERT

EUROPA-INTEGRATION
GLOBALE PERSPEKTIVE

UNTERNEHMENSWERT

INNOVATION
TRANSPARENZ
KOMPETENZ

Der Public Value wird in 18 unterschiedlichen Kategorien beschrieben, die zu fünf Qualitätsdimensionen zusammengefasst werden. Auf zukunft.orf.at und im „Public-Value-Bericht“ werden die Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in diesen Kategorien dokumentiert.



HERAUSGEBER UND HERSTELLER:
Österreichischer Rundfunk, ORF
Würzburggasse 30
1136 Wien

DESIGN-KONZEPT:
Rosebud, Inc. / www.rosebud-inc.com

DESIGN:
ORF-Design/Mitko Panajotov

FÜR DEN INHALT VERANTWORTLICH:
ORF-Public-Value-Kompetenzzentrum

DRUCK: ORF-Druckerei

LEKTORAT: Helmuth Singer

1. Auflage, © ORF 2010
Reaktionen, Hinweise
und Kritik bitte an:
zukunft@orf.at

DER AUFTRAG: VIELFALT UND INTEGRATION

Was unterscheidet öffentlich-rechtliche Medienqualität von kommerziellen Geschäftsmodellen in der Branche? Woran kann man originäre öffentlich-rechtliche Qualität erkennen?

Diese Fragen werden auch 2011 den ORF und die Öffentlichkeit beschäftigen. Vielfalt und Integration sind dabei zwei Kernbereiche im Pflichtenkatalog öffentlich-rechtlicher Medien. Gesellschaftliche Vielfalt unabhängig von kommerziell attraktiven Zielgruppen in ihrer umfassenden Bandbreite wahrzunehmen, abzubilden und zu behandeln, die unterschiedlichen und nicht selten widersprüchlichen Interessen zu thematisieren, Menschen unterschiedlicher, oft einander fremder Kulturen, Einstellungen, Vorlieben in oft getrennten Lebenswelten die Möglichkeiten zu geben, ihre Meinungen und Anliegen authentisch in den öffentlichen Diskurs einzubringen, ist eine der wichtigsten aktuellen Herausforderungen für den ORF. Migration und Globalisierung erfordern dabei ein besonderes Ausmaß an Offenheit, Transparenz, interkultureller Kompetenz und ein intensives Verständnis für Zusammenhänge und Abhängigkeiten. Auch für den ORF gilt: Wer bornierte Vorurteile, populistische Fanale oder Fremdenfeindlichkeit verhindern will, muss immer wieder neue Herausforderungen annehmen, neue Sprachen, Annäherungen und Perspektiven kennenlernen. Dafür sind intellektuelle Beweglichkeit und Engagement notwendig – und die Bereitschaft, über den Status quo hinauszudenken.

Die vierte Ausgabe der ORF-Schriftenreihe „TEXTE: Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ setzt die Bemühungen des ORF fort, Zukunftsthemen insbesondere der öffentlich-rechtlichen Medien zu behandeln und damit einen aktiven und engagierten Diskussionsprozess anzuregen. Qualitätsfragen werden dabei aus unterschiedlichen Gesichtspunkten und Perspektiven von österreichischen und internationalen Autorinnen und Autoren erörtert. Im Mittelpunkt steht dabei die Bedeutung gemeinwohlorientierter öffentlich-rechtlicher Medien für die Gesellschaft, die Funktion, Leistungsfähigkeit und Qualität ihrer Produkte und Aktivitäten. Die Texte sind den fünf Qualitätsdimensionen des »Public-Value-Berichts« zugeordnet und folgen seinem Farbcode. Die in dieser Ausgabe enthaltenen und weitere Beiträge finden Sie unter zukunft.ORF.at.

KLAUS UNTERBERGER

KONRAD MITSCHKA

PUBLIC-VALUE-KOMPETENZZENTRUM

WEDER POLARISIEREN NOCH MORALISIEREN

ZUR SOZIALEN VERANTWORTUNG DER MEDIEN IM UMGANG MIT „DEM FREMDEN“

DR. BEATE WINKLER

BUREAU OF EUROPEAN POLICY ADVISERS DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION

Integration. Kaum ein anderes Thema erhitzt die Gemüter so wie dieses – nicht nur in Österreich, sondern in ganz Europa. Wir können ihm nicht entgehen, denn wir wissen, dass die Gesellschaft in Europa aufgrund der demografischen Entwicklung und der Globalisierung kulturell, ethnisch und religiös immer vielfältiger werden wird. Dies sollte nicht Anlass zur Panik sein, sondern Aufforderung, die Zukunftschancen aufzugreifen, die im Bereich Integration und Migration liegen – ohne die Probleme zu verschweigen. Wir wissen aus Forschungsergebnissen, dass Gesellschaften wirtschaftlich am erfolgreichsten sind, wenn sie drei T haben: Förderung von Technologien, Talenten und Toleranz.

Doch das ist nicht im Bewusstsein der Bevölkerung angekommen. Studien – zum Beispiel der Bericht der EU-Grundrechtsagentur zu Erfahrungen von Diskriminierung oder die Studie der „Initiative Menschenrechte“ – belegen, dass Minderheiten alltäglich diskriminiert werden und negative Einstellungen zu Minderheitenrechten weit verbreitet sind. Dies spiegelt sich wider in Vorurteilen und Abwehrhaltungen, mit denen Minderheiten konfrontiert sind. Beispielhaft erwähnt sei die Studie über gruppenspezifische Menschenfeindlichkeit in Europa von 2009. Danach stimmen 50,4 % der Europäer der Auffassung zu, dass es zu viele Einwanderer gibt. 24,4 % nehmen an, Juden haben zu viel Einfluss und 54,4 % der Europäer glauben, dass der Islam eine Religion der Intoleranz ist. Fast ein Drittel der Europäer gehen davon aus, dass es eine „natürliche Hierarchie zwischen Schwarzen und Weißen“ gibt. Diese Einstellungen werden aufgegriffen von populistischen Parteien in ganz Europa. Die Niederlande, Schweden und nicht zuletzt Wien sind Beispiele.

Umgang mit Fremdenangst und soziale Verantwortung der Medien

Wachsender Anteil von Kindern mit Migrationshintergrund einerseits und Abwehrhaltungen gegenüber Minderheiten andererseits lassen die Zweifel an einer zukunftsorientierten Integrationspolitik noch weiter steigen. Warum gibt es immer noch so starke Abwehrhaltungen? Die Gründe sind vielfältig. Ein Aspekt ist aber von zentraler Bedeutung, doch in Konzeptionen zu Integration und Zuwanderung kaum zu finden: der Umgang mit Gefühlen und mit Fremdenangst. Sie werden kaum berücksichtigt – oder fatalerweise jenen Populisten überlassen, die daraus ihr eigenes Süppchen kochen. Vergessen wird, dass jedes Problem zwei Dimensionen hat: eine faktische und eine emotionale. So blockieren unaufgegriffene Abwehrhaltungen auch die Lösung faktischer Probleme. Mit negativen Einstellungen kann man keine positiven Lösungen finden.

Da bekanntlich die Vorstellungen von Tatsachen wichtiger sind als die Tatsachen selbst, heißt es Gefühle und Abwehrhaltungen aufzugreifen. Hier liegt der Hase im Pfeffer. Hier sind die Medien gefragt. Hier kommt ihre soziale Verantwortung ins Spiel. Wie kaum ein anderer Bereich sind sie in der Lage, Einstellungen und Abwehrhaltungen zu beeinflussen, denn sie produzieren Bilder. Und Bilder sind einflussreicher als jedes Wort, jeder Bericht, jede Rede.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: Garant für eine demokratische Kultur der Vielfalt

Ist in einer solchen Situation nicht allein das Spiel freier Kräfte gefragt? Garantiert nicht der „Markt“ die Vielfalt der Meinungen und Weltanschauungen? Nein – ganz im Gegenteil. Wie selten zuvor ist hier der öffentlich-rechtliche Rundfunk gefragt: Er – und nicht die privaten Anbieter – hat es zur Aufgabe, dafür Sorge zu tragen, dass die Pluralität unserer Gesellschaft sich im Programm widerspiegelt und dass die journalistischen Beiträge sich auf dem Boden des gemeinsamen Wertesystems bewegen. Insoweit kann die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gar nicht unterschätzt werden. Dies ist in einer Situation, in der Minderheiten mit einer breiten Abwehr des öffentlichen Bewusstseins konfrontiert sind, von ganz besonderer Bedeutung. Im Gegensatz zu den privaten Anbietern, die sich in allererster Linie nach den Bedürfnissen und Gefühlen der Mehrheit der Zuschauer und Zuhörer ausrichten, um ihre wirtschaftlichen Interessen zu verfolgen, ist es gerade die Aufgabe der öffentlichen-rechtlichen Rundfunkanstalten, Minderheiten zu Wort kommen zu lassen und ihnen Raum im öffentlichen Diskurs zu geben. Dieser diskursive Raum trägt nicht nur zu einem größeren Pluralismus bei, sondern ganz entscheidend auch zu einer effizienten Lösung von tatsächlichen Problemen. Studien haben wiederholt belegt, dass kontroverse Themen konstruktiv gelöst werden können – wie z. B. die Diskussion um den Bau von Moscheen und Minaretten –, wenn eine breite öffentliche Diskussion darüber stattgefunden hat, in der die unterschiedlichsten Positionen vertreten werden konnten. So erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur seine Verpflichtung, gesellschaftliche Werte in der Öffentlichkeit zu vertreten, sondern trägt zu der effizienten Lösung von aktuellen Konflikten bei – gerade weil er nicht einseitige wirtschaftliche Interessen verfolgt. Insofern ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein oft unterschätzter und zu wenig genutzter Garant für unsere gesellschaftliche Vielfalt und unsere Zukunftschancen.

Doch was heißt das nun ganz konkret? Wie könnte der öffentlich-rechtliche Rundfunk seine Aufgaben in diesem Bereich noch effektiver ausfüllen? Eine Fülle von Möglichkeiten tut sich hier auf – Beispiele seien genannt:

Die eigene Kompetenz im Umgang mit den Phänomenen Fremdenangst und Fremdenfeindlichkeit stärken

In den Medien fehlt vielerorts ein differenzierter und sensibler Umgang mit der „Angst vor dem Fremden“. Unsere Kenntnisse über den Ursprung und den Umgang mit Gefühlen, mit Angst, Neid und Hass, mit Aggressionen und Projektionen sind allgemein gering. Dieses Defizit spiegelt sich auch in den Medien wider. Besonders wenn es um das Zusammenleben von einheimischer Mehrheit und zugewanderten Minderheiten geht. Ich nenne Beispiele:

Das Thema Fremdheit und Fremdenangst wird in den Medien meist zu polarisierend behandelt: Hier „die Guten“, dort „die Bösen“. Fremdheit und Fremdenangst sind aber immer ambivalent. Die „Angst vor dem Fremden“ gehört zu jedem Menschen. Sie ist eine der Grunderfahrungen des Menschen, die fast jeder von uns kennt. Sicherlich ist sie unterschiedlich ausgestaltet und wird unterschiedlich erlebt und gewichtet. Aber die Frage bleibt die gleiche: Überwiegt die Neugier, die das Fremde immer auslöst, oder überwiegt die Angst vor der Fremdheit, auch weil man mit ihr nicht umgehen kann? Zweifellos ist es schwer, ambivalente Gefühle zu ertragen. Es erfordert Stärke, sie zu sehen und auszuhalten, dass es meist weder „die Guten“ noch „die Bösen“ gibt, selten „den Ausländerfeind“ noch „den Ausländerfreund“. Bei der Suche nach einfachen Antworten und polarisierenden Darstellungen fehlt es oft an der Bereitschaft, sich in Menschen, die andere Auffassungen haben, überhaupt einzufühlen und sie zu verstehen. Nicht um zu akzeptieren oder gar zu legitimieren, sondern um die

Ängste und Nöte der vielen Verunsicherten aufzugreifen und sie ernst zu nehmen. In diesem Zusammenhang muss sich mancher Journalist und manche Journalistin auch die Frage stellen, ob er oder sie mit seinem oder ihrem Engagement nicht manchmal das Gegenteil dessen bewirkt, was er oder sie eigentlich möchte: sich selbst nur bestätigen will, in erster Linie die Anerkennung der Kollegen sucht, das schwierige Gespräch mit andersdenkenden Menschen umgeht und die eigene Unsicherheit nicht wahrhaben will. Um schädliche Polarisierungen zu vermeiden, sollte man folgende Aspekte im Auge haben:

These 1: Keine einseitig negative Darstellung von Zuwanderinnen und Zuwanderern, etwa nur als exotische Fremde oder als Sorgenkinder, aber auch keine einseitig positive Darstellung von Zuwanderern. Eine rein fremdenfreundliche Berichterstattung kann bei vielen Medienkonsumenten den gegenteiligen Effekt haben. Sie fühlen sich nicht ernst genommen in ihren Sorgen und Nöten, wenn beispielsweise nur positiv über Migrantinnen und Migranten berichtet wird und sie so zu besseren Menschen stilisiert werden. Meinung ist weder in der einen noch in der anderen Richtung zu verordnen. Auch werden Ängste in der Bevölkerung oft zu schnell für Fremdenfeindlichkeit gehalten und nicht ernst genommen. Anstatt Ängste und Konfliktsituationen aufzugreifen, zum Beispiel die Angst von Eltern, deren Kinder Schulen mit hohem Migrantenanteil besuchen, werden Äußerungen, die diese Ängste widerspiegeln, gern als Beispiel für Fremdenfeindlichkeit abgestempelt, mit denen man sich erst gar nicht auseinanderzusetzen braucht. Man behält ein klares Feindbild, das bekanntlich das Leben erleichtert.

Die alleinige Schilderung fremdenfeindlicher Aktionen ist meist kontraproduktiv. Sie entfaltet in der Regel keine abschreckende Wirkung. Man braucht zusätzlich Erläuterungen der Ursachen und der Entstehungsumstände, die zu diesen Aktionen geführt haben. Fremdenfeindlichkeit wird dabei auf keinen Fall entschuldigt, sondern die Umstände werden thematisiert, aus denen Angst, Unsicherheit und fremdenfeindliche Aktionen erwachsen. Dies ist besonders schwierig bei Livesendungen: Die Begegnung mit fremdenfeindlichen Positionen verlangt hier schnelle Reaktionen und eine fundierte Auseinandersetzung mit fremdenfeindlichen Argumenten, die viele erst durch Schulungsmaßnahmen erwerben.

These 2: Vorurteile nicht direkt bekämpfen.

Fremdenfeindlichkeit speist sich oft aus Vorurteilen, die Menschen eine Schutzfunktion und eine Orientierung für ihre eigenen Unsicherheiten, Aggressionen und Ängste bieten. Oft wird durch eine solche frontale Überzeugungsarbeit die Angst, die durch das Vorurteil abgewehrt werden soll, sogar noch vergrößert. Dies geschieht vor allem dann, wenn Fremdenfeindlichkeit moralisch verurteilt, wenn sie jemandem als persönliche Schuld zugerechnet wird. Zum Abbau von Fremdenfeindlichkeit kann man beitragen, wenn man vergleichbar große Probleme der österreichischen Bevölkerung als ebenso dringend darstellt und sich mit ihnen auseinandersetzt. Den moralischen Zeigefinger zu erheben und das multikulturelle Glück ohne Konflikte zu verkünden, ist ebensowenig hilfreich. So versichert man sich gegenseitig, auf der richtigen Seite zu stehen und nach hohen Idealen zu streben, die kaum einer erfüllen kann. So verhalten sich ja die gescholtenen Ausländerfeinde oft selbst: Hier „die Guten“, dort „die Bösen“. Man grenzt aus, man spaltet ab – vielleicht auch, um sich selbst zu erhöhen, sich den Beifall der Kollegen zu sichern, sich gegenseitig zu bestätigen. Wahrgenommen wird dabei nicht die Not derjenigen, die Angst vor Benachteiligung und vor weiterer Ausgrenzung haben, man denkt nicht an die vielen, die die Ursachen ihrer schlechten sozialen Situation auf den vermeintlich Fremden projizieren, die vielen Verunsicherten, die in „den Fremden“ die Ursache allen persönlichen Übels, des eigenen Leids, der eigenen Ängste sehen. Dieses Verhalten fiel mir besonders bei Talkshows auf, zu denen drei oder vier „Fremdenfreunde“ und ein „Fremdenfeind“ eingeladen waren. Nach solchen

Sendungen stieg in meinen früheren Ämtern nicht nur die rechtsradikale Post an, sondern wir erhielten einen Schwall von Briefen von Menschen, die sich nicht verstanden und ernst genommen fühlten, ihre Position nur von Rechtsextremen aufgegriffen sehen. Deshalb ist das öffentliche Vorführen von „Fremdenfeinden“ zwecks moralischer Entrüstung leider auch kein Patentrezept zum Abbau von Fremdenfeindlichkeit. Ganz im Gegenteil: Werden sie abgestempelt und in die Ecke gedrängt, identifiziert sich mancher Zuschauer leicht mit ihnen, weil er sich selbst ökonomisch und sozial bedroht und moralisch verurteilt fühlt. Es sind meist die Opfer unserer Gesellschaft, die leicht zu Tätern werden, wenn ihre Ängste nur von rechtsextremen Politikern und Funktionären aufgegriffen werden.

Information und Emotion stärker miteinander verbinden

Vorurteile und Fremdenfeindlichkeit lassen sich mit Informationen alleine nicht bekämpfen. Viele Menschen sind für rationale Argumente gar nicht offen. Oft ist das Vorurteil auch eine Chiffre, hinter der sich ganz andere Verunsicherungen verbergen. Diese Chiffre muss durchbrochen werden, um die gefühlsmäßige Ebene zu erreichen, durch die andere Einstellungen gewonnen werden können. Das bedeutet: in der Medienarbeit den Gefühlsbereich viel stärker zu berücksichtigen, mehr Features und Spielfilme zum Thema auszustrahlen, persönliche Geschichten zu schreiben, die zu einer Identifizierung einladen und dabei Nähe und zugleich Distanz ermöglichen. Durch eine stärkere Personalisierung von ethnischen, kulturellen und religiösen Minderheiten in den Medien können bei vielen Fernsehzuschauern leichter Verständnis und Mitgefühl für einzelne Personen und Schicksale eines Volkes geweckt werden. Der vielzitierte Film „Holocaust“ hat in Deutschland Beispielhaftes bewirkt. Zweifellos war die Zeit dafür reif, aber auch unabhängig davon ist es hier gelungen, mit den Mitteln der Seifenoper eine Identifizierung zu erreichen und Gefühle hervorzurufen, was die beste Informationssendung nicht geschafft hat.

Viel ist aufzugreifen – mit Witz und Humor und nicht allein und einseitig mit Argumenten, umfangreichen Informationen und vielfältigen Vorurteilkatalogen, die an den Zuschauern und Zuhörern, Lesern und Betrachtern oft vorbeigehen, weil sie ihre Ängste und Nöte wieder zudecken. Nichts gegen Vorurteilkataloge und Informationen, sie sind notwendig und tragen zur Versachlichung der Diskussion bei – aber sie gehen ins Leere, wenn sie bestehende Ängste und Verunsicherungen nicht aufgreifen und diesen kein eigener Raum gegeben wird.

Den Umgang mit Rechtsextremismus in den Medien stärker hinterfragen

Der Umgang mit Rechtsextremisten und Rechtsextremismus in den Medien bringt für den nachdenklichen Medienmacher fast immer Verunsicherung mit sich; er ist eine Gratwanderung, denn man sieht sich gegenläufigen Ansprüchen ausgesetzt: eindeutig gegen Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus Position beziehen und gleichzeitig verhindern, dass man unfair und aggressiv wirkt, denn dies ist auch Rechtsextremen gegenüber in der Regel fast immer kontraproduktiv.

Konkret bedeutet dies: Rechtsextremen darf nicht die Gelegenheit gegeben werden, ihre Thesen ungestört und ohne Eingreifen zu verbreiten. Die Ziele der Parteien müssen hinterfragt und ihre Thesen aufgegriffen werden. Der Kern rechtsextremistischen Verhaltens sind Ideologien der Ungleichheit und der Gewaltakzeptanz. Medienbeiträge sollten diese Auffassung über die politische und rechtliche Ungleichheit von Menschen nicht unkommentiert lassen. Die politischen Konzeptionen dürfen daher von Rechtsextremisten nicht allein formuliert werden. Dies sollte beispielsweise auch der Interviewer leisten: dagegen Position beziehen, argumentieren oder andere mit entsprechenden Gegenargumenten zu Wort kommen lassen. In diesem Zusammenhang sollte sich auch manche Journalistin und mancher Journalist

fragen, inwieweit sie in ihren eigenen Beiträgen Politikern aus den demokratischen Parteien, die rechtsextreme Positionen vertreten, ein öffentliches Forum geben. Viel zu wenigen ist bewusst, dass in den letzten Jahren Positionen und Grundhaltungen, die der politischen Mitte zugerechnet werden, in immer stärkerem Maße infrage gestellt oder aufgegeben werden, um rechtsextreme Wähler einzubinden. Extrem rechte Positionen werden damit auch in der Öffentlichkeit enttabuisiert und gesellschaftsfähig gemacht.

Manchmal werden Nazi-Parolen aus Gründen der Provokation oder der Legitimation von Gewalt geäußert. Viele Jugendliche wissen, daß diese Parolen provozieren wie kaum andere. Manche werden auch zuerst gewalttätig und liefern nachträglich erst die vermeintlich politische, rechtsextreme Ideologie. Dies dient in der Regel der Legitimation der Gewalt. Jugendliche aber vorschnell als Rechtsextreme oder Neonazis abzustempeln, kann gefährlich sein: Man kann sie mit einer solchen Stigmatisierung im Sinne einer negativen Identität in eine wirkliche Identifizierung treiben mit dem, was rechte Rattenfänger ihnen als Köder anbieten. Der Versuch zu verstehen, ohne zu legitimieren oder gar zu akzeptieren, ist eine Gratwanderung, die den Medien nicht erspart werden kann.

Sich mit den Wirkungen von Gewalt in den Medien auseinandersetzen und angemessene Formen des Umgangs mit ihr finden

Ob und inwieweit die Gewalt in unserer Gesellschaft durch Medien verstärkt wird, wird in der Öffentlichkeit heftig diskutiert. Vor allem Journalisten und Programmverantwortliche sind aufgefordert, sich mit den Ursachen von Gewalt, der Wirkung ihrer Darstellung in den Medien und den Möglichkeiten, mit ihr angemessen umzugehen, auseinanderzusetzen. Die Medien müssen das Thema Gewalt ernster nehmen, um damit kompetent umzugehen. Das bedeutet, einerseits von einer Bagatellisierung und Verharmlosung der Gewalt, andererseits von ihrer Dramatisierung und Dämonisierung abzusehen. Bei der Suche nach den Ursachen von Gewalt sind Schuldzuweisungen zu vermeiden. Es ist weder die Gesellschaft noch die Familie allein verantwortlich zu machen, denn auch andere Aspekte müssen gesehen werden. Gewaltaktionen sind oft unbewusste Lösungsversuche für nicht leicht lösbare Konflikte. Manchmal ist es ein abgebrochener Kontakt: Viele Menschen, vor allem Jugendliche, werden dann gewalttätig, wenn sie das Gespräch mit anderen verloren haben. Zu einer gewohnheitsmäßigen, destruktiven Gewalthandlung kommt es in der Regel erst dann, wenn man den Hilferuf nicht hört oder sich dem Gespräch verweigert. Dies kann dazu führen, dass der andere noch weiter ausgegrenzt wird und seine Gewaltbereitschaft zunimmt.

Gewaltbereitschaft und Gewalttätigkeit lassen sich auch aus der Tatsache erklären, dass Kinder und Jugendliche oft stellvertretend für die Gesellschaft oder ihre Eltern handeln. Sie führen dann etwas aus, was von anderen vorgedacht ist. Wir brauchen daher gesellschaftliche Orientierungen für den Umgang mit Gewalt. Gefragt ist in diesem Zusammenhang auch nach den langfristigen Wirkungen von Gewaltdarstellungen in den Medien. Die Gewalt wird dort sehr vielschichtig dargestellt. Daher muss man jeden einzelnen Beitrag und seine mögliche Wirkung analysieren. Untersuchungen, die sich auf das Thema des Umgangs mit Gewalt erstrecken, müssen daher immer beide Seiten im Auge behalten: die Medien und die Rezipienten.

Die Darstellung der Opfer sollte in den Medien angemessener erfolgen

Die Vielfalt und Komplexität der Ursachen von Gewalt sowie das Leiden der Opfer bleiben in der Regel in den Programmen ausgespart, sollten aber stärker einbezogen werden. Beiträge über rechtsextreme Gewalttaten sollten nicht allein den Täter in den Vordergrund stellen und

die Opfer vergessen. Beide Wirklichkeiten, die des Täters und die des Opfers, müssen gleichermaßen transportiert werden, auch wenn dies die Machtverhältnisse nicht richtig wiedergibt. Die Opfer angemessener und breiter in den Medien zu berücksichtigen ist notwendig, denn wenn Opfer oder bedrohte Menschen nur sehr kurz gezeigt werden, kann auch kein positives Gefühl für sie entstehen. Die Bedrohten kommen in den Medien in der Regel zu wenig zu Wort.

Die Opfer nicht zu vergessen bedeutet aber nicht, sie auf ihre Opferrolle zu reduzieren. Es wäre fatal und kontraproduktiv, wenn Migrantinnen, Migranten und Asylsuchende nur noch als Opfer dargestellt würden. Manche greifen zu dieser Art Darstellung in der Hoffnung, dadurch einen Mitleidseffekt zu erzielen, Solidarität mit den Opfern zu schaffen. Auch hier tritt meistens nur das Gegenteil ein, wie wissenschaftliche Analysen gezeigt haben: Ohne dass wir uns dessen immer bewusst wären, denken wir, dass die Welt gerecht ist. Dann muss das Opfer an seiner Situation auch selbst schuld sein. Es ist eben nicht leicht zu ertragen, dass die Welt ungerecht ist und wir nicht das bekommen, was wir glauben zu verdienen. Nur als Opfer dargestellt zu werden ist außerdem entwürdigend. Es werden Bilder produziert, die die Ausländer sehr klein und ohnmächtig erscheinen lassen und ihnen kein positives Selbstgefühl geben. Notwendig ist eine Änderung in der Wahrnehmung: Die Opfer zu Wort kommen lassen – sie aber nicht auf die Opferrolle reduzieren.

Alltägliche, positive Zusammenhänge müssen außerhalb der aktuellen Berichterstattung stärker Berücksichtigung finden

Das Alltägliche, das Einheimische und Zugewanderte gemeinsam erleben, wird immer noch zu wenig als etwas Selbstverständliches wahrgenommen. Migranten sind in der Regel nicht etwas „Exotisches“, sondern viele Menschen teilen den Alltag mit ihnen – ohne große Probleme. Alltäglichkeit bedeutet auch, kulturelle Unterschiede ohne Werturteile zu erklären – nicht als exotische Ausnahmen, sondern als objektive Gegebenheiten des vielfältigen kulturellen Lebens in unserer Gesellschaft. Die alltägliche, selbstverständliche Wahrnehmung wird auch dadurch belastet, dass das Thema Migranten zu sehr im Zusammenhang mit Problemen dargestellt wird. Wenn aus Aktualitätsgründen beispielsweise die Probleme des Zusammenlebens und die Fremdenfeindlichkeit das bestimmende Kriterium bei der Gestaltung des Programms sind, dann überwiegt der negative Aspekt. Auch so wird ein Klima der Angst und der Unsicherheit erzeugt, denn durch die vorwiegend aktuelle Berichterstattung entsteht leicht der Eindruck, dass Migranten nur Unruhe, Gewalt und Unordnung ins Leben bringen, wodurch Vorurteile begünstigt und die Bildung klischeehafter Denkmuster verstärkt werden. Es ist daher notwendig, neben Problemen und Ängsten auch Normalität, Alltäglichkeit und positive Erfahrungen aufzugreifen, ohne dabei bemüht zu wirken, indem man Ausländer z. B. auch in Unterhaltungssparten stärker berücksichtigt. Dies vergrößert die Identifikationsbereitschaft mit den zugewanderten Minderheiten und sensibilisiert für ihre Teilnahme an unserem gesellschaftlichen Leben.

Mehr Informationen über kulturelle Unterschiede und die Kultur der Herkunftsländer

Oft fehlen Informationen über kulturelle Unterschiede und über die Kultur der Herkunftsländer der zugewanderten Bevölkerung. Manches Problem im Zusammenleben ist verständlich, wenn uns kulturelle Unterschiede und ihre Hintergründe bekannt sind. Dies gilt zum Beispiel für Fragen der Scham und der Ehre, des Umgangs mit Zeit und der Rolle von Mann und Frau. So hat unsere Gesellschaft einen ganz anderen Begriff von Ehre als andere Kulturen vom Wert der Rationalität und legt dadurch auf

Emotionen wie z. B. Scham nicht den Wert, den andere Kulturen ihnen beimessen. Diese Unterschiede prägen nicht nur die Einstellungen, sondern auch unmittelbar die Verhaltensweisen.

Mehr Wissen über kulturelle Unterschiede bedeutet auch, größere Sensibilität zu entwickeln und die Fähigkeit zu gewinnen, seinen eigenen Standpunkt zu relativieren und zur Diskussion zu stellen, zu akzeptieren, dass eigene Einstellungen und Verhaltensweisen nur beschränkte Bedeutung haben. Es heißt, einen gesellschaftlichen Diskurs zu führen und zu fragen, welche Bedeutung das „Recht auf kulturelle Differenz“ hat; diese Differenz zu achten läuft aber darauf hinaus, auf der Achtung der Menschenrechte in jedem Fall zu bestehen.

Bilder und Sprache hinterfragen

Viele Bilder in den Medien verstärken Ängste, ebenso wie ein undifferenzierter Umgang mit Sprache. Bilder dürfen nicht den Eindruck erwecken, dass wir von einer „Flut“ überzogen würden. Wir müssen unsere eigene Sprache überdenken, einer „Schubladensprache“ entgegenwirken; zum Beispiel sollten wir sehr genau hinschauen, ob Jugendliche wirklich rechtsextrem sind oder ob Rechtsextremismus als ideologische Rechtfertigung von Gewalttaten nachgeschoben wird. Haben wir Jugendliche erst einmal in einer Schublade gesteckt, dann brauchen wir uns nicht mehr mit ihnen auseinanderzusetzen.

Besonders wichtig ist es auch, sich der Symbolkraft der Bilder bewusst zu sein, vor allem bei der Verwendung von Grafiken, Schaubildern, Titelseiten, die den Eindruck von Invasionen, von Menschenfluten hervorrufen. Bei der Darstellung von Opfern sollte man beachten, dass diese auch dazu führen kann, mitleidig-verachtend mit ihnen umzugehen. Das Opfer sollte selbst zu Wort kommen, ohne dass dabei das Gefühl entsteht, es werde jetzt vorgeführt. Eine besondere Gefahr liegt, wegen der Kraft der Bilder, im Fernsehen; Spektakuläres wird oft in den Vordergrund gestellt und dadurch ein Ereignis erst geschaffen, das Angst macht.

Größere Distanz zur Politik wahren

Gesellschaftliche Probleme werden in Medienbeiträgen oft verlagert: Zum Beispiel verbergen sich hinter dem Phänomen Fremdenfeindlichkeit nicht selten tiefe soziale Spannungen in der Bevölkerung, die mit dem eigentlichen Thema nichts zu tun haben, zum Beispiel die Furcht vor Arbeitslosigkeit, Wohnungsnot, sozialem Abstieg, aber auch Orientierungslosigkeit, Unübersichtlichkeit unserer Gesellschaft und Angst vor kultureller Ausgrenzung. Dies wird in den Medien meist viel zu wenig deutlich gemacht. Statt dessen werden Äußerungen von Politikern häufig einfach wiedergegeben, kaum hinterfragt und damit verstärkt und multipliziert. Medien beschränken sich oft darauf, die von Politikern angebotenen einfachen Lösungen zu wiederholen. Dies ist fatal, vor allem wenn es um Probleme geht, die kompliziert und nicht leicht vermittelbar sind. Gerade dann versucht man aber, sich auf einfache Antworten zu beschränken. So findet man zum Beispiel wenig Sendungen, die die Themen Zuwanderung und Zusammenleben der einheimischen Mehrheit mit den zugewanderten Minderheiten facettenreich und differenziert aufgreifen. Das Gleiche lässt sich sagen zu den Problemen der Wanderungsbewegungen und der Einwanderung, zur Entwicklung einer Migrations-, Integrations- und Minderheitenpolitik, zu Fragen von Diskriminierungen. Und es wird in den Medien zu wenig hinterfragt, ob die Politik die notwendigen Orientierungen für das Zusammenleben gibt, ob sie Interessen benennt oder auch Regelungen für das Zusammenleben formuliert. Größere Distanz seitens der Medien zur Politik ist notwendig. Nur so kann auch das Maß, in dem die Politik für die Situation verantwortlich ist, aufgespürt werden. Die Ursachen für die

wachsende Fremdenfeindlichkeit müssen dort aufgespürt werden, wo sie auch tatsächlich liegen. Die Probleme dürfen bei der Berichterstattung nicht verschoben und Politikersprache nicht bestärkt werden; sie gilt es schärfer zu hinterfragen.

Zugang zu den Medien für die Minderheiten selbst schaffen

Nicht zuletzt sollten aber die Minderheiten selbst in den Medien als Programmierer und Programmverantwortliche, als Redakteure, Journalisten, Nachrichtensprecher, Moderatoren und Schauspieler viel stärker einbezogen werden. Die Zuwanderer und ihre Sichtweisen werden dadurch selbst-verständlicher in das gesellschaftliche Leben integriert, und das Gefühl, dass es Fremde sind, nimmt ab. Vor allem im Mainstream-Programm sollten sie deutlicher und bewusster zu Wort kommen und nicht im Wesentlichen auf Minderheitenprogramme beschränkt bleiben.

Im Folgenden werden Anregungen formuliert, die in Rundfunkanstalten der Nachbarländer – z. B. bei der BBC – oft bereits praktiziert werden: Möglichkeiten der Hospitanz für ethnische Minderheiten schon während des Studiums; Trainingsprogramme zur Wahrnehmung von Rassismus und kultureller Unterschiedlichkeit für Programmmanager und Programmierer; Einrichtung eines Beauftragten für den interkulturellen Dialog beziehungsweise einer Abteilung für Chancengleichheit; Austausch von Programmierern und Praktikern über Erfahrungen in den europäischen Nachbarländern; Erarbeitung einer speziellen Politik für die Integration von Minderheiten in den Sendeanstalten selbst, die sich auch auf neue Programmansätze wie multikulturelle Werkstätten oder Europa-Werkstätten (Redaktionen- und Themen-übergreifend) erstrecken; Einrichtung einer Dokumentation über multikulturelle Programme und ihre Praxis in Europa; spezielle Schulungen der Minderheiten, um stärker zu den Hauptprogrammen Zugang zu finden. Insbesondere ist darauf zu achten, dass die ethnischen Minderheiten nicht allein auf die Minderheitenprogramme festgelegt bleiben, sondern sich im allgemeinen Programm wiederfinden; Beteiligung von ethnischen Minderheiten in Kommissionen, um ihre Belange ausreichend zu berücksichtigen; Erstellung eines Berichts über die Situation der ethnischen, religiösen und kulturellen Minderheiten in den Medien; Bildung eines speziellen Netzwerkes, das sich im Medienbereich für die Belange der Minderheiten einsetzt; spezielles Training von Managern, um bei der Personalauswahl die besondere Situation der ethnischen Minderheiten besser berücksichtigen zu können; spezielle Förderung von Mitgliedern ethnischer Gruppen durch die Einsetzung eines Mentors oder einer Mentorin, die die berufliche Laufbahn begleiten; stärkere Berücksichtigung des Aspekts der kulturellen Unterschiedlichkeit bei der allgemeinen Ausbildung von Journalisten und Entwicklung von entsprechenden Fortbildungsangeboten.

In conclusion

Diese unterschiedlichen Anregungen zum Nach- und Weiterdenken sind keine Patentrezepte, sondern Anlass, zu fragen, zu verwerfen und zu konkretisieren. Und noch eines: Erforderlich ist eine breite Diskussion in unserer Gesellschaft, wie wir mit Fremdenfeindlichkeit, Gewalt und Rechtsextremismus umgehen – auch in den Medien. Jeder hat für seinen eigenen Bereich Verantwortung: Voraussetzungen für das Zusammenleben fördern, gegenseitige Verständigung unterstützen und Gewalt und Rechtsextremismus entgegenwirken. Dafür haben die Medien die gesellschaftliche Verantwortung und dazu kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen besonders wertvollen Beitrag leisten – den er heute bereits leistet, der aber noch wesentlich effektiver gestaltet werden kann.

DIE KOMPLEXE WELT ERKLÄREN KÖNNEN MEDIEN DIESE AUFGABE HEUTE NOCH WAHRNEHMEN?

DIR. UWE KAMMANN, GRIMME-INSTITUT DEUTSCHLAND
VORTRAG AUF DEM ORF-DIALOGFORUM AM 22. OKTOBER 2010 IN WIEN

Georg Lukács beginnt seinen Essay über die Theorie des Romans mit einem fulminanten Satz: „Selig sind die Zeiten, für die der Sternenhimmel die Landschaft der gangbaren und zu gehenden Wege ist und deren Wege das Licht der Sterne erhellt.“ Lukács begeistert sich bei dieser Vorstellung, verwendet ein festes Präsens, um ein Weltbild zu kennzeichnen, das keine Fragen kennt, sondern nur Antworten, in dem keine Verunsicherung herrscht, sondern reine Klarheit. Aber dann kommt er doch, der Befund, unausweichlich und zunächst ohne Trost: Dass diese schöne Einheit keinen Bestand hat, dass ein Riss den Menschen von jener idealen Weltsicht trennt: das einverständige Eins-Sein ist verloren gegangen. Aber der Philosoph verteidigt seine hoffende Vorstellung; er ist – wir schreiben das Jahr 1915 – noch nicht in jener Erkenntniswelt angekommen, die ein halbes Jahrhundert später den französischen Philosophen und Naturwissenschaftler Jacques Monod zur kalt-nüchternen Feststellung gelangen lässt, dass der Mensch nichts ist als ein Zigeuner am Rande des Universums – ohne Ursprung, ohne Weg, ohne Ziel, ohne Sinn. Einer, der umherirrt, einer, dem jede Orientierung nur eine Täuschung sein könnte: herbeigesehnt zwar, aber letztlich ohne jeden Halt und ohne jede Begründung.

Was hat das mit der Fragestellung nach Orientierung in einer komplexen Welt zu tun? Ganz einfach: In dieser Frage steckt ja auch eine Behauptung, ziemlich explizit sogar: dass eigentlich die Medien diese komplexe Welt erklären können müssten, damit wir uns darin zurechtfinden und in ihr richtig – das heißt gut begründet – handeln.

Allerdings, die Frage danach transportiert auch Skepsis: Können die Medien das wirklich, können sie es überhaupt noch – wenn sie es denn je gekonnt haben? Zur Debatte steht ebenfalls – über die Grundeinsicht hinaus, dass die medial vereinte Welt eben durch diese mondiale All-Einheit für die personenbegrenzte kleine Sinn-Einheit Mensch viel zu groß geworden zu sein scheint – zur Debatte also steht ganz grundsätzlich die Glaubwürdigkeit der medialen Behauptungen. Die erzeugten Bilder, die Töne, die Zeichen: Sie kommen wie aus dem Wasserhahn, ein ewiger Ressourcenstrom, jederzeit zu entnehmen, mit kleinstem Aufwand wieder abzustellen oder zu drosseln. In dieser passiven Verfügbarkeit sind sie einer permanenten Inflation unterworfen: Entwertung durch Überfülle und Beliebigkeit. Und dazu kommt die Ur-Unkenntnis: Wer steckt mit welcher Absicht hinter welcher Information?

Das ist damit der größte Kontrast zur idealistischen Vorstellung von produktiver Öffentlichkeit, von medial sich bildendem Selbst-Bewusstsein. Im 18. Jahrhundert war das eine aufregende neue Zielsetzung: als Aufklärung als erstes und letztes Ziel und als grundlegendes Prinzip entdeckt und gefordert wurde. Aufklärung als Ausgang des Menschen aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit, so hieß ja die richtungsweisende Formel bei Immanuel Kant. Was in sich trug: keine Bindung an überzeitliche Bilder mehr, keine Verehrung von unbefragten Ikonen, keine Anbetung von überkommenen Botschaften und Botschaftern, kein Verbot der Herstellung stets neuer Sinn-Zusammenhänge: Das war aufregend neu. Denn entdeckt wurde so der Binnenraum des Subjektiven, der Vergleich individueller Sichtweisen, das Erzeugen von Denk-Mustern in einem prinzipiell offenen Raum der Gesellschaft.

Identität bildet sich so über den nie abgeschlossenen Diskurs. Ein fortlaufendes Gesellschaftsgespräch ist Deutungsgrund, der Einzelne entdeckt und formt seine Identität in der Öffentlichkeit und durch die Öffentlichkeit. Und kommt somit den Antworten nahe, die – vielleicht – gegeben werden können auf die ewigen Grundfragen, wie sie Kant an den Anfang aller Selbstvergewisserung stellt: Was kann ich wissen? Was soll ich tun? Was darf ich hoffen?

Was aber, wenn die Koordinaten des Gesellschaftsgesprächs als so flüchtig erscheinen wie ihre Benennung? Wenn der Diskurs – der ohne Medien überhaupt nicht zu denken ist – in einem Medienraum mäandert, der auf den ersten, zweiten und auch dritten Blick nicht mehr die leiseste Orientierung gestattet, weil kaum zu unterscheiden ist, was aus erster, zweiter und dritter Hand stammt? Und wenn nur mühsam zu erkennen ist, was mit welcher Absicht an welchem Platz gestellt wird? Und was aber, müssen wir weiter fragen, wenn Publizität und Kommunikation sich auflösen in unendlichen Partikelwelten, die in allen Varianten changieren? Denn was wir heute mit dem Internet entdecken, ist ja eine Welt, wie sie in dieser Form noch nie zu erfahren war: mit entgrenzten Lebensorten für jeden Einzelnen, mit extremer Gleichzeitigkeit, mit ebenso weitgetriebener Zugänglichkeit, mit unendlicher Vielzahl und Vielfalt, und das alles in rasant beschleunigten Abläufen. Informationen jeder Art, in jeder Form, und dies überall und jederzeit: Das ist tatsächlich eine Revolution des Zugangs zur Welt.

Einer Welt, die sowohl in der Organisation des Zusammenlebens als auch in den materiell-technischen Lebensgrundlagen hochkomplex ist. So wie die Medien ihrerseits extrem komplex sind – derzeit mit immer neuen Hybridformen vorangetrieben in Richtung einer Totalverflüssigung: Alle Grenzen scheinen aufgehoben, alle Gefäße verlieren ihre ursprünglichen Formen, sind verbunden über ständig variierte neue Funktionen.

Die Empfindung, dass wir damit die Welt, undurchdringlich wie sie scheint, verlieren, ist natürlich nicht neu: siehe Georg Lukács. Und auch früher, bei medialen Revolutionen – wie bei der Erfindung der Schriftlichkeit, des Massendrucks, der elektronischen Medien – gab es Schrecken und Ängste: unterzugehen in der Flut des Neuen, des Unbekannten, des noch Ungeordneten. Das immer gekennzeichnet war durch Beschleunigung und Vervielfachung. Und, natürlich, durch den Verlust an Deutungsautorität bei jenen, welche die alten Medien beherrschten. Das musste natürlich zu Klagen führen, zu Warnungen – nämlich die Orientierung zu verlieren, die Richtschnur des Handelns zu verfehlen.

Lukács übrigens pries als Heilmittel, um mit und in der Entfremdung zu leben, eine Kunstform: den Roman. Der danach nichts anderes ist als ein Medium, um sich – erzählend – seiner selbst zu vergewissern. Robert Musil hat in „Der Mann ohne Eigenschaften“ dem Erzählen, der medialen Tröstung, ähnliche Wirkungen zugeschrieben: Wenn man sein Leben – ganz wie beim Wärmestrom der Erzählungen einer Amme – auf die schlichten Reihungen des ... und dann bringen könne, werde einem so wohl, als ob auch am Nordpol einem die Sonne auf den Bauch schiene.

In den letzten vierzig Jahren war für viele Menschen sicher das Fernsehen eine bildergeseignete Amme, eine nährenden Mutter, die es gestattete, auch bei den schlimmsten Katastrophen sich eingebettet zu fühlen in einer Welt linearer Zusammenhänge und plausibler Deutungen. Es gab dort schließlich Autoren, Regisseure, Chefredakteure, Nachrichtenpräsentatoren und viele andere, die den Erzählfaden immer weiter spannen, in verlässlicher Präsenz und Potenz.

Und für viele gilt: Selbst die alltäglichen Realitäten, die wirklichen Wirklichkeiten, wurden und werden in dieses große, inzwischen weltumspannende Erzählnetz der großen Medienmaschine aufgenommen und dort in einen Wärmestrom des Ritualen transformiert: so als Scripted Reality, als Soap, als Docu-Fiction.

Problematisch nur: Je mehr die Medienmacher und die Mediennutzer vom Medien-Mehr brauchten und brauchen, umso stärker unterliegen die Deutungsprodukte und Erklärsmuster dem üblichen inflationären Mengen-Gesetz, schlicht also: der Entwertung. Auf einmal werden dann die Myriaden der medialen Angebote ganz anders gesehen und beurteilt: als falsche Versprechungen, als doppelbödiges Schund, als drittklassige Verführungen. Das, was als Reality so unauffällig-banal in der Praxis wie pompös-offiziös als Anspruch antrat und sich ausbreitete: Es wurde und wird zunehmend als doppelseitige Falschmünze erkannt. Oder besser, seine Prägung als reines Spielgeld tritt offensichtlich zutage – eine Monopoly-Währung, die den Arrangeuren hohe Rendite einbringen sollte und soll, gleichgültig, zu wessen Kosten es ging und geht. Und zugleich werden ausgeklügelte Kunstwelten als neue Paradiese für die kleinen und großen Fluchten hergestellt – was im voll sich entwickelnden Zeitalter der digitalen Zeichenbretter und Baukästen schließlich per Mausclick leicht zu haben ist. Alles ist vorhanden im Wunderland des Second Life, alles auf MP3 komprimiert, alles in der Scheinempfindung des Du-bist-Röhre versammelt, alles mit dem Universalnetz der Suchmaschinen abzuschöpfen, alles in Facebook aufgehoben, Freundschaften und Gemeinschaft inklusive: Das scheint die Alternative.

Eine Alternative, die auch alle klassischen Medienwelten umfasst. So lesen wir täglich von Bibliotheks-Mutationen, von Pilotprojekten der Wissens- und Informationsverwandlungen. So soll die Bayerische Staatsbibliothek in wenigen Jahren komplett per Internet-Suchmaschine verfügbar sein. Je größer und in sich komplexer allerdings die Bausteine werden, aus denen sich die Welt der Moderne zusammensetzt, gespiegelt wiederum durch eine ins Gigantische vergrößerte und zudem permanent ausstoßende Medienmaschinerie, umso größer wird gleichzeitig die Sorge, dies alles nicht mehr verstehen zu können, vom Bewältigen ganz zu schweigen.

Doch gleichwohl, wie komplex die Sachstände auch sein mögen, wie fremd uns Entwicklungen sind, wie weit entfernt sie zu sein scheinen von unserer Lebenspraxis und unseren Handlungsoptionen: Ohne mediale Vermittlung wären wir noch viel stärker nichts als potenzielle passive Zuschauer, erdulden Objekte, bloße Zufallsgeneratoren. Das hat sich eindrucksvoll bestätigt während der Finanzkrise, einer Krise, die sicher auch deshalb so über alle Maßen dimensioniert war, weil zuvor die kritische Wachsamkeit und die finanzwirtschaftliche Vorstellungskraft der Medien nicht einmal im Ansatz taugte, um zumindest als Frühwarnsystem zu wirken. Wir sahen: Komplizenschaft statt nüchterne Analyse, opportune Bewunderung von scheinbar erfolgreichen Akteuren statt kritischer Distanz, eingebundene Nähe statt kühler Einordnung und unerschrockener Kommentierung.

Doch gibt es natürlich auch eine andere Seite der Münze. Und auch das gehört zu den Grundmustern der Moderne, ist eingefangen beispielsweise im berühmten Schlussvers eines Gedichtes von Charles Baudelaire. Der Dichter, Zauberer des Medialen, spricht dort mit dem Leser. Und was ist danach ihr gemeinsamer Spiegel, in brüderlicher Erkenntnis? Nichts Schrecklicheres als der „ennui“ – Langeweile, Überdruß.

Was nichts anderes heißt, als dass der Kern des ewigen Spiels ausgehöhlt wird. Die eingebauten Zynismen werden von Mal zu Mal sichtbarer, das Prinzip gebärdet sich so nackt wie es ist, allen feinen Deutungen zum Trotz. Auf einmal schauen immer mehr Menschen nur noch angewidert dem Treiben und den Erscheinungen zu, ekeln sich vor dem inszenatorischen Charakter, auf welcher Ebene auch immer – vom Schaugeschäft bis zur Politik – und wollen die politische wie die mediale Bühne am liebsten abschaffen. Was sie dabei übersehen: Natürlich gibt es Unterschiede in den medialen Leistungen, sehr große sogar.

Sprich: Da gibt es die großen Presse-Publikationen, überregional, die investieren in redaktionelle Ressourcen, in Recherche, in Dokumentationsgenauigkeit, in Darstellungsumfang und in Darstellungsvielfalt. Da gibt es die Dossiers, die komplizierte Sachverhalte differenziert darstellen, die sorgfältig abwägen, wo nicht das erste Wort schon mit Scheuklappendunkelheit niedergeschrieben wird. Da gibt es die Fachpresse, da gibt es Bücher, Foren, Symposien. Und da gibt es auch Fernseh- und Radiosendungen, in gar nicht geringer Zahl, welche genaue und weiterführende Anschauung bieten, welche audiovisuelle Bereicherung bieten, ihre Möglichkeiten ausreizend.

Natürlich, die Welt der elektronischen Medien gehorcht ihren eigenen Ordnungen, die auch mit den Existenzgründen der Systeme zu tun haben. Grob gesprochen: mit einem gesellschaftsdienlichen Auftrag einerseits und mit einem reinen Renditeziel andererseits. Ebenso klar tritt zutage, dass diese Grenze auch durchlässig ist, dass das Gesetz der kommunizierenden Röhren überall dort nicht außer Kraft gesetzt ist, wo ähnliche Zielsetzungen miteinander konkurrieren: die der Zahlenoptimierung beim Publikum.

Und natürlich ist eine ganz neue Informationswelt entstanden, die auf den ersten und auch auf den zweiten Blick ganz anders ist als die noch vor zehn Jahren herkömmlichen und dominierenden Medien; eine Welt, die sich auszeichnet durch eine unaufhörliche Zirkulation von einer schier unübersehbaren Anzahl von Informationen.

Informationen, die zunächst keiner Hierarchie der zugemessenen Bedeutung und der hierarchisch aufgebauten Verantwortung entsprechen: Das Netz ist in seinem Grundcharakter anarchisch, chaotisch, unübersichtlich. Was auch heißt: Die Genauigkeit und die Seriosität der Informationen (um es neutral zu sagen) ist erst einmal nichts als eine Wunschvorstellung der Nutzer. Relevanz, Glaubwürdigkeit, Verantwortung: Das ist in weiten Teilen der Netzinformationen eine Fremdwort-Trias.

Und doch: In diesem Netzprinzip steckt auch eine ungeheure Stärke: nämlich ohne innere Restriktionen, ohne falsche Rücksichtnahmen, ohne institutionelle Einengungen publizieren zu können. Interaktion, Partizipation: Keine Frage, das sind starke Faktoren und Qualitäten des stets offenen Netzes, ebenso wie die in weiten Teilen große Zugänglichkeit. Wer hatte früher Zugang zu Bibliotheken, zu Filmen, zu Akten, zu Verwaltungsvorgängen und -dokumenten? Ich weiß es noch genau: Ein Grün- oder Weißbuch zu beschaffen aus dem Eurobunker in Brüssel, das war Wochen- und Knochenarbeit, ebenso wie der schlichte Einblick in organisatorische und personelle Strukturen nahezu aller öffentlichen Einrichtungen.

Hier wie an vielen anderen Punkten tut sich mit dem Netz tatsächlich eine Welt auf des Info-Mehrwertes, auch der Demokratisierung von Wissen, der Förderung von Austausch, von Vergleich, von Bewertungsmöglichkeiten, auch einer Förderung des sozialen, des politischen, des wirtschaftlichen Handelns und der eigenen Kultivierung. Aber zugleich wird etwas anderes produziert und transportiert: nämlich die rasante Entgrenzung. Denn mit jedem Klick tun sich potenziell Milliarden von Infowelten auf – was dann wiederum, im dialektischen Umschlag, zur Inflationierung und zur Steigerung der Unübersichtlichkeit führt; nicht zuletzt, weil all diese Info-Einheiten in der schieren Größe des Netz-Universums sich berühren, sich verschränken, sich

gegenseitig durchdringen, sich auch auflösen; dies selbst dann, wenn sie doch anfangs konsistent scheinen und Substanz haben, wenn sie handfeste Qualitäten aufweisen, wenn sie sonst nie Les- oder Sichtbares zutage fördern.

In der Inflationierung verliert die vielfach gerühmte Schwarmintelligenz ganz schnell jegliche Richtung und jeglichen Bezugspunkt: mit der logischen Folge für die Akteure auf allen Ebenen, ohne Orientierung zu sein, hilflos zu wirken. Aber einsichtig ist auch: Ein anderes, ein verordnetes Grundmuster kann es nicht geben – denn die sinngebenden Großordnungen sind nicht mehr zu haben. Deshalb müssen wir uns im System einrichten, müssen es herrichten als Erkenntnisinstrument. Genau hierin liegt eine große Chance: Es braucht offen sichtbare Umschlagpunkte, es braucht noch nicht festgelegte Baustellen von neuen Plattformen (und die bilden sich gerade, als Super-Hybriden, als digital beförderte All-Vermischungen), um sich neu zu vergewissern, was die Ziele des eigenen medialen Handelns – im Herstellen, im Verbreiten, im Wahrnehmen – ausmacht und bestimmt.

Ohne ein weitergehendes Bild von sich und der Welt (und allen vielfältigen Beziehungen dazwischen) würde unsere eigene menschliche und mitmenschliche Dimensionalität verflachen – zusammengeschrumpft auf den alleinigen Mechanismus von Angebot und Nachfrage, von Stärke und Schwäche. Eine dagegen sich aufbauende Leistung ist unter Kultivierung zu verstehen, individuell und gesellschaftlich. Und hiervon dürfen die Medien – auch jene, welche sich den schlichten Verkaufsgesetzen verdanken – nicht dispensiert werden.

Dies wiederum setzt voraus, dass es noch eine Vorstellung von Allgemeinheit, von Gesellschaft, von Öffentlichkeit gibt – schlicht: von den Res publica. Und zur Vorstellung muss der politische Wille gehören, diesen öffentlichen Raum zu gestalten und auch gegen einengende und widrige Umstände zu bewahren, wenn es denn notwendig ist. Die UNESCO-Konvention zum Schutz der kulturellen Vielfalt ist immerhin ein (nur unzureichendes?) Signal, dass auch international dieser Gedanke noch nicht obsolet geworden – zumindest aber, dass er als Ideal wiederentdeckt wird. Mit einem Kerngedanken: Dass man Bilder vom Menschen, vom menschlichen Zusammenleben haben sollte, bevor man Bilder der Menschen und der Dinge in und um die Welt schickt. Mit anderen Worten: Deutung sollte Voraussetzung der Botschaft sein – damit weitere Deutung möglich ist.

Natürlich bestimmt auch Angst vor Pathos die Haltung, wenn es jetzt darum geht, neue Linien zu zeichnen in der medialen Hybridlandschaft mit ihren verflochtenen Wertschöpfungsketten und den verpixelten Parallelwelten aus Milliarden von Individualbotschaften, mit denen Menschen ihre Existenz medial aufladen wollen: Ich sende, also bin ich. Dass dies jedoch allein noch nicht ausreicht, um Sinn-Räume zu schaffen, scheint doch ins öffentliche Bewusstsein zurückzukehren. Und damit zu einer Sache der Res publica zu werden.

Christina Weiss, Ex-Medien- und Kulturbeauftragte des Bundes, hatte dies in ihrer schönen Schiller-Rede 2004 klar formuliert. Danach ist eben die Vorstellung der ästhetischen Erziehung keine leere Formel, sondern ein ganz und gar lebendiger Auftrag.

Schiller selbst war dabei nicht blauäugig, sondern hat den unauflöselichen, zirkelhaften Zusammenhang zwischen Idee und Praxis klar benannt, indem er die Frage stellte: „Die theoretische Kultur soll die praktische herbeiführen und die praktische doch die Bedingung der theoretischen sein?“ Und weiterfragte: „Alle Verbesserung im Politischen soll von Veredlung des Charakters ausgehen – aber wie kann sich unter den Einflüssen einer barbarischen Staatsverfassung der Charakter veredeln?“

Die Antwort war für ihn einfach: Die Kunst sollte das ausdrücken und hervorbringen, als Werkzeug mit unsterblichen Mustern, um schöne und lebbare Konventionen

vorzuzeigen, welche der Willkür einen zivilisierenden Entwurf des eigenen Ich und der Gesellschaft entgegensetzen.

Wenn man Kunst unter den heutigen Möglichkeiten weiter übersetzt, dann gehören die Medien in allen ihren Ausprägungen unbedingt dazu. Im Zentrum steht dabei noch das Fernsehen, das aber sicher abgelöst werden wird durch eine in ihrer Dimension noch nicht absehbare Mischung aus fein adressierbaren audiovisuellen Inhalten.

Und dann darf ganz einfach gefordert werden, dass sie (die Macher, auf welcher Ebene und mit welchem Organisationsgrad auch immer: also bis zur YouTube-Monade) den Zirkel von theoretischer und praktischer Kultur nicht vergessen machen wollen, sondern dass sie auf dessen reflektiertem Vorschein bestehen – und damit auf einem Bild des reflektierenden Menschen. Was für mich organisatorisch und praktisch heißt: Es sollte, besser: es muss weitere Institutionen geben, die unabhängig vom kommerziellen Druck die bestmögliche öffentliche Kommunikation herstellen, die als Sachwalter der Vielfalt und als Treuhänder der Glaubwürdigkeit arbeiten – in gesamtgesellschaftlicher Verantwortung. Es geht mithin um eine gebundene Freiheit, um eine Öffentlichkeit, die einer übergeordneten Aufgabe verpflichtet ist und nicht einem wie auch immer gearteten Partikularinteresse. Ein Idealbild, gewiss, aber ohne einen darauf gerichteten Willen kommen wir nicht aus.

Genau dies ist dann Dienst in der Gesellschaft, an der Gesellschaft, für die Gesellschaft, mit einem Mehrwert, der nie einfach ungefragt und unabhängig existiert, sondern ständig neu geschaffen wird, geschaffen werden muss, in einem nie abgeschlossenen und sich ständig verändernden Prozess.

Es muss gelingen, diesen Prozess dauerhaft und gesellschaftlich gut verankert zu etablieren. Denn er ist notwendige Voraussetzung einer Bürgergesellschaft, die sich nicht vom ökonomischen Egoismus, sondern von der steten Verantwortung für das Allgemeine leiten lässt. Einer Bürgergesellschaft, die auf einem selbstbestimmten und selbst bestimmenden Menschen besteht. Eines Menschen, der immer und notwendigerweise auf Medien angewiesen ist, weil eine Welt ohne Vermittlung schlichtweg nicht denkbar ist. Gelingende Vermittlung wiederum ist Voraussetzung für Orientierung – die ohnehin nur im Plural zu denken ist, als Ergebnis vielfältiger und sich ständig selbst korrigierender Steuerungsprozesse. Auf der Grundlage von Bildern und Worten, die uns die Sinne öffnen. Und Sinn vermitteln.

Wenn allenthalben Bilder, Töne und Texte so teuer (oder ganz billig) sind: Dann sollen wir selbst uns nicht für wohlfeil halten. Und uns schon lange nicht billig verkaufen (lassen). Das ist für mich der Kerngedanke des Public Service. Selig sind die Zeiten, in denen das nicht vergessen wird.

MEDIENKUNST UNTERHALTUNG

ANMERKUNGEN ZUM FAKTOR UNTERHALTUNG IN MEDIEN UND KUNST

PROF. DR. FRITZ PANZER
CLUB DER KOMISCHEN KÜNSTE

Viele der wirtschaftlich erfolgreichsten Produkte dienen der Unterhaltung „des Menschen“. Es gibt, so scheint es, kein Entkommen aus der Provinzialität des globalen Dorfes. Niemand entkommt den „unterhaltenden“ Werbebotschaften von Coca-Cola, McDonald's, Benetton, Red Bull, Mercedes, Porsche, IBM oder Microsoft. Und jede und jeder kennt die Spielfilme von Steven Spielberg, Roland Emmerich und George Lucas. Diejenigen, denen die Gesichter von Michael Douglas, Julia Roberts, Arnold Schwarzenegger oder Bruce Willis nicht bekannt sind, sind eine verschwindend geringe Minderheit. Es ist in den westlichen Industrienationen kaum jemand übriggeblieben, dem – um nur ein Beispiel zu nennen – das Produkt „iPhone“ und dessen Hersteller, „Apple“, unbekannt wäre. Und niemand, der die Blockbuster der internationalen Unterhaltungsindustrie nicht schon gesehen hätte. Stehen unterhaltsame Filme wie „Notting Hill“, ein Beispiel für unterhaltende Liebesfilme, oder die mit Gags unterfütterten Actionfilme wie „Stirb langsam“ oder „Lethal Weapon“ für die Nivellierung der „Unterhaltung“ und damit der Rezeptionsgewohnheiten weltweit? Tatsächlich gilt in den Qualitätsmedien das, was sprachübergreifend eine Mehrheit der Bevölkerung erreicht und von ihr begeistert aufgenommen wird, als (international verifizierter) „Massengeschmack“ – nicht selten mit einem leichten Unterton der Verachtung.

Nun ist es die nicht einfache Aufgabe einer als „öffentlich-rechtlich“ definierten Medienanstalt, auch dem Sektor „Unterhaltung“ eine anspruchsvolle Note zu geben. Selbstverständlich orientiert sich ein Massenmedium wie der ORF am Geschmack seiner Rezipienten – allein schon deshalb, um dort, wo noch „Quote“ zu holen ist, auch „Quote“ zu machen. Während in früheren „glücklichen“ Zeiten des ORF-Monopols schon die Löwinger-Bühne vom gebildeten Publikum als Zumutung (vom Programm-Management eben als Zugeständnis an den Massengeschmack) empfunden wurde – gelten heute voyeuristisch-peinliche Talkshows wie „Vera“ nicht mehr als Höhepunkt der Geschmacklosigkeit, sondern rangieren nur mehr knapp unter der Grenze der Respektabilität: natürlich immer im Vergleich zu dem, was im Privat-TV aktuell an „Unterhaltung“ in diesem Segment angeboten wird.

Die Rechtfertigung für diese gezielte bzw. erzwungene Nivellierung nach unten ist einfach – und wiederholt sich mit wenigen Variationen: Eine Mehrheit in der Bevölkerung fordert „diese Art“ der Unterhaltungssendungen. Ohne diese kritische Masse im Publi-

kum sind nicht die erforderlichen Reichweiten – und damit auch nicht die notwendigen Werbeeinnahmen zu erzielen. Jetzt könnte von der These ausgegangen werden, dass die zunehmende Wahlmöglichkeit zwischen Sendern, die mit unterhaltenden Inhalten um Zuseherinnen und Zuseher (d. h. um Einschaltquoten) werben, das Niveau stetig weiter nach unten drückt. Egal, ob es sich um einen „privaten“ oder einen „öffentlichen“ TV-Sender handelt. Und gleichgültig, ob im Gegenzug – noch – anachronistisch anmutende „Gebühren“ eingehoben werden dürfen oder nicht. Denn wie der gesetzliche Auftrag öffentlich-rechtlicher Medienanstalten zur Weiterbildung und Information der Menschen im Sendebereich wahrgenommen wird, bleibt zwar weitgehend dem Programm-Management beziehungsweise den Redaktionen überlassen – diese aber sehen sich zunehmend ökonomischem Druck ausgesetzt: Sichtbar an den am nächsten Tag veröffentlichten Quoten, an denen der Erfolg der Sendung gemessen wird. Während im Bereich „Information / Nachrichtensendungen“ von TV-Kritiker/innen unterschiedlich beurteilt wird, ob Inhalte im Vergleich zu früher nun qualitativ schlechter oder besser vermittelt werden (ich persönlich tendiere zum Letzteren), scheint der Sektor „Unterhaltung“ unaufhaltsam an „Qualität“ zu verlieren.

Es bestehen erhebliche Unterschiede, wie erfolgreich die Anstrengungen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten sind, mit zugekauften (meist US-amerikanischen) Serien oder mit neuen Eigenproduktionen die „Quote“ – wenn schon nicht die „Qualität“ zu retten. Und selten haben diese Maßnahmen – glaubt man der TV-Kritik in den Qualitätsmedien – dem Anspruch an das „höhere Niveau“, das einem öffentlich-rechtlich organisierten Sender in der Regel zugemessen wird, entsprochen. Allerdings müssen „Reichweite“ und „Qualität“ einander nicht immer widersprechen. Die Frage nach dem Niveau ist implizit auch die Frage nach der Definition dessen, was als „niveauvoll“ oder was als „niveauulos“ klassifiziert wird. Und in der Folge, was als Kulturleistung des (öffentlich-rechtlichen) Senders wahrgenommen wird.

Wenn es hierzulande (noch) etwas wie eine „nationale“ oder „kulturelle“ Eigenart der typischen „Unterhaltung“ oder des „Humors“ in den elektronischen Massenmedien gibt, dann die sprachlich eingefärbten Unterhaltungsserien und „Talkshows“ für den österreichischen und den süddeutschen Raum. Aber auch diesen gilt nicht selten per se eine Art herablassender Wahrnehmung – meistens wegen der Popularität und der großen Reichweite. Schon deshalb werden sie nicht zu dem gezählt, was als „Kultur“ gilt. Zwar sind diese Formen der kulturjournalistischen Wahrnehmung für den Erfolg von „unterhaltsamen“ Produktionen praktisch ohne Bedeutung. Dennoch drängt sich mitunter die Frage auf, was denn „unterhaltend“, „erfolgreich“ sein und dennoch gewürdigt werden darf. Kann oder darf „Kunst“ unterhaltend sein? Oder muss das zwangsläufig die Ausnahme von der Regel bleiben? Fällt der Prozess der Aneignung des Inhaltes eines (Kunst-)Werks leicht, ist diese Aneignung darüber hinaus noch unterhaltsam und wird „massenhaft“ vorgenommen, dann entfallen gleich drei scheinbar wesentliche Charaktermerkmale dessen, was gemeinhin als „Kunst“ definiert wird: erstens das Merkmal des schwierig Rezipierbaren. Zweitens das fehlende Vergnügen beim Vorgang der Rezeption. Und drittens der Umstand, dass nicht nur einige Wenige, sondern viele Personen (gleichzeitig) das Kunstwerk „konsumieren“.

Damit könnte ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen geringer Reichweite bzw. mangelnder Akzeptanz und der Definition des (Medien-)Produktes als „Kunst“ abgeleitet werden. Oder umgekehrt: Kann ein massentauglicher Unterhaltungsfilm zur „Kunst“ zählen? Es ließe sich trefflich darüber streiten, ob ein Film wie Tarantinos „Pulp Fic-

tion“ dieser Kategorie der Massenunterhaltung zuzuordnen wäre oder nicht. Oder sind die Konstruktion der Story, die Darsteller, die Dialoge und die „künstlerische Form“ so geschickt gewählt, dass – mit Hilfe subtil angepeilter Zielgruppen, denen später Rezeptionsebenen zugeordnet werden – der Film sowohl der einen Kategorie, nämlich „Unterhaltung“, als auch der anderen, benennen wir sie hier der Einfachheit halber als „Kunst“, zuzuordnen ist. Oder, ein Beispiel aus Österreich: Sind die Kabarettssendungen des ORF noch als „Kleinkunst“ (im Übrigen ein seltsamer Begriff ...) einzuordnen – oder bereits „Großkunst“, im Sinne von „Kunst“? Aller Wahrscheinlichkeit nach dürfen sie aber gar keine Kunst (mehr) sein, wenn sie in die Hauptsendezeit rücken und dauerhaft eine vergleichsweise große Anzahl an Zuseherinnen und Zuseher anlocken.

„Unterhaltend“ zu sein ist damit häufig ein Stigma, das die Urheber solcher Kunstwerke kaum mehr loswerden. Obwohl die bis in die 80er Jahre hinein vorgenommene (und oft ziemlich willkürliche) Zuordnung von musikalischen und literarischen Werken in „E“ für „ernste“ und „U“ für „unterhaltende“ Werke in den letzten Jahrzehnten weniger dogmatisch erfolgt – der Drang zur Schubladisierung hat überdauert. Das mag auch damit zu tun haben, dass die Beurteilung von (Kunst-)Werken in der Regel von Personen vorgenommen wird, die selbst im Randbereich (und bezeichnenderweise sehr selten im Kernbereich) der jeweiligen Kunstform tätig sind.

Zwar ist die reflexartige Verachtung gegenüber „unterhaltenden“ Filmen, Büchern oder Bildern vor allem unter jungen Redakteuren nicht mehr so stark verbreitet wie früher, sie ist aber nach wie vor da – häufig verbunden mit wenig reflektierter intellektueller Arroganz und (so darf angenommen werden) unterschwelligem Neid. Denn die unterhaltsamen Werke sind (meistens) auch erfolgreich, und deren Urheber damit ebenfalls. Immerhin ist es für manchen ebenfalls als Kommunikator Agierenden (Journalisten) leichter, einen Künstler zu würdigen, bei dem man weiß, dass er in bestimmten Kreisen zwar bekannt, seine Kunst aber brotlos ist. In diesem Fall kann sich der („erfolgreiche“) Redakteur gegenüber einem ökonomisch „erfolglosen“ Künstler großzügig und unterstützend zeigen. Hingegen muss über den populären und ökonomisch sehr erfolgreichen Urheber von massentauglichen Werken ohnehin berichtet werden: Wozu soll ihm da noch der Status des „Künstlers“ verliehen werden? Es drängt sich der Verdacht auf, dass genau das der Hintergrund der „Bedeutung“ ist, die manchen Künstlern in der „Kunstwelt“ zugemessen wird, manchen aber nicht. Ein schönes Beispiel dafür war Johannes Mario Simmel: Während ihm im Zusammenhang mit seinem Frühwerk „Begegnung im Nebel“ vom Feuilleton noch eine große Zukunft in der deutschen (ernsten!) Literatur vorausgesagt wurde, war er nach dem Erscheinen seines Weltbestsellers „Es muss nicht immer Kaviar sein“ für die Literaturkritik gestorben. Die von Ulrich Greiner in den 80er Jahren angestoßene Diskussion über die (fehlende) Zuordnung seiner Romane zur „Literatur“ änderte daran nur wenig. Und über seinen Tod Anfang 2009 brachten die heimischen Qualitätszeitungen allenfalls eine Randnotiz – und kaum eine Zeile zu seinem Werk. Obwohl und wahrscheinlich WEIL Simmel der vermutlich erfolgreichste österreichische Autor der Nachkriegszeit war: Seine – im Übrigen gesellschaftspolitisch beachtlich engagierten – Romane galten und gelten als „Unterhaltungsromane“ und somit nach wie vor nicht als Teil der „Literatur“.

Unterhaltungsfilm, Unterhaltungsliteratur, Unterhaltung: Dem Kurzweiligen, Amüsanten und Massentauglichen wohnt der Nimbus der minderen Qualität inne. Hält der jeweilige Kritiker das (unterhaltsame) Werk dann trotzdem für „gut“, bekommt der Film das Etikett „anspruchsvolle Unterhaltung“ umgehängt, oder gar, wie im Fall von Umber-

to Ecos „Der Name der Rose“ oder der Filme Tarantinos das Qualitätssiegel der „unterschiedlichen Rezeptionsebenen“. Was so viel heißt wie: Der Film mag zwar von Hunderten Millionen von Menschen gesehen, das Buch von Millionen gelesen worden sein, und alle haben sich gut unterhalten – nur gibt es Passagen oder Anspielungen, bei denen sich nur Kritiker und Eingeweihte gut unterhalten – weil das von der „Masse“ nicht verstanden wird. Um bei den kulturellen „Eliten“ und deren Codes zu bleiben: Pierre Bourdieu hat den Prozess der „Akkumulation des kulturellen Kapitals“ ja ausreichend beschrieben. Ergänzend soll hier angemerkt werden, dass die Anspielungen in den Filmen Tarantinos oder jene im Roman von Umberto Eco wahrscheinlich auch einen Zweck verfolgen: nämlich mehr als nur Anerkennung durch die „massenhafte Rezeption“ zu erhalten.

Diese (scheinbar) subtilen Unterschiede in der Unterhaltung des Menschen durch Medienmacher werden sich in Zukunft „einebnen“ – indem wiederum scheinbar individualisierte Inhalte – passend zu ergänzend manipulierten Bedürfnissen – von der Unterhaltungsindustrie angeboten werden. Das aktuelle Kürzel ist RA. Reality approximative. Die Annäherung an die Realität ist das Ziel unzähliger Programmierer und Experten in den Forschungsabteilungen der Multimedia-Konzerne. Es geht um nichts Geringeres als die Nachahmung und das Hervorrufen (und Abrufen) von Empfindungen – und das vorrangig zur Unterhaltung des Individuums. Um die perfekte Täuschung. Der Prozess ist einfach beschrieben: Ein Prototyp des Individuums wird eine Zeitspanne der realen Umgebung ausgesetzt, saugt Eindrücke auf, beschreibt sie und definiert für die Software- und Hardware-Entwickler, für Psychologen, Marketing-Spezialisten und Kommunikations-Designer im wahrscheinlich bereits bestehenden Innovations-Center eines multinational tätigen Unternehmens seine Bedürfnisse. Anschließend wird jeder Einzelnen und jedem Einzelnen ein dichtes Netz – eine Art Haut mit potenziellen Reizen übergestülpt, die sie/er je nach Bedarf per Knopfdruck oder per verbalen Befehl an das Betriebssystem auslösen kann.

Für viele wird sich dann (beispielsweise) das Verreisen erübrigen. Die Sehnsucht nach der Fremde erfährt virtuell seine Erfüllung, indem man jede Gegend, jeden Landstrich, jedes einsam gelegene Bauernhaus auf den dreidimensional konfigurierten Bildschirm holen kann und – mit Helm, Handschuhen, Sensitivitypyjama und Kribbelschuhen ausgerüstet – auf der davorliegenden Wiese spazieren geht, dem Zwitschern der Vögel zuhört, die laue Frühlingsluft zu genießen meinte, und kühl frühtaunasse Gräser zwischen seinen Zehen spürt. Das alles im eigenen Zimmer mit einem Flächenbedarf von weniger als zwei Quadratmetern. Spannend wird sein, wie viele verhungern, weil sie im Dauer-Reiz-Zustand nicht realisieren, dass sie Hunger haben. Bestimmt werden nach den ersten Todesfällen Sicherheitsmodule eingebaut, welche die lebenswichtigen Körperfunktionen überwachen und gegebenenfalls diskret eingreifen: Die notwendige Nahrung wird automatisch mit einer Injektionsnadel zugeführt, damit das Individuum ungestört Programme zu seiner Bedürfnisbefriedigung aufrufen und ablaufen lassen kann.

Abschließend noch eine Empfehlung für alle Leserinnen und Leser dieses Beitrags – zwangsläufig aus dem Sektor „Unterhaltung“: Tad Williams bemerkenswerter Roman in vier Bänden „Otherland“ – rund 4.000 Seiten Unterhaltung. Als roter Faden zieht sich die Schaffung virtueller Realität durch einige Superreiche zum alleinigen Zweck der persönlichen Unterhaltung durch die vier Bände „Unterhaltungsliteratur“. Einige der Protagonisten kehren allerdings nicht mehr in die reale Welt zurück. Bevor Ihnen das blüht, nehmen Sie doch die Stigmatisierung in Kauf und gönnen sich Unterhaltames im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Mit Rückkehrgarantie.

AN EVALUATION OF PUBLIC BROADCASTING IN THE INTERNATIONAL CONTEXT

ANTHONY MILLS
IPI PRESS FREEDOM MANAGER

Public broadcasting provides a vital service both for domestic and international audiences because public broadcasters can at the same time constitute a trusted and central source of information for the country in which they are established, and a source of news for people across the world who are often deprived of information. A number of public broadcasters reach audiences across the world, providing a refreshing array of culturally-rich programming and news.

Public broadcasters are vital in the combating of stereotypes, and in the building of cultural bridges. Between them, they broadcast in dozens of languages, including Persian and Arabic.

It is true that as the media world rapidly evolves and the choice of information sources, especially online, proliferates, the challenges facing public broadcasters have never been greater. Nonetheless, there still exists a vital role for public broadcasters around the world in informing, educating and entertaining with broadcast services that are free to consume.

By embracing all major media delivery platforms in a rapidly-transforming world, and by producing varied, trustworthy, quality programming, public broadcasters promote discussion, debate and understanding not just among citizens at home, but between peoples across the globe. They satisfy a universal, cross-cultural curiosity and thirst for information. Public broadcasters serve as global platforms for the value of artistic and cultural expression, the refreshing exchange of views and ideas, and the promotion of knowledge. Through their programming, public broadcasters advance innovation, creativeness, and imagination, in a diverse, challenging environment. Public broadcasters are a proclamation of the universality of the cultural ties that bind. Their message is not national, or geostrategic; instead it is universal, a response to the inalienable right to seek information.

Public broadcasters have but one mission: To act in the public service. They underscore the value of citizenship, speaking to the vital participatory role citizens should be playing everywhere. By offering a cross-continental window into other cultures, they allow citizens to reflect upon themselves, thus developing deeper levels of knowledge and understanding. Public broadcasters are designed to render equal all citizens, to overcome social and economic barriers. One of the fundamental, democratic attributes of public broadcasters is the notion that they be available to everyone, both within and outside a country.

Resilient public broadcasters have shown that they can adapt with the times, and that they are not outdated models incapable of change. Instead, they have embraced digital media, showing that their content is just as durable, relevant and informative on the new digital platforms.

Of course, public broadcasters are dependent on funding and for this reason much debate centers around how to maximise funding and therefore continue providing a vital public service. At the same time, though, it is equally important that the values upon which public broadcasters were founded – independence and provision of quality service – are not lost sight of. It is these values which form an

essential bond with the audience both at home and abroad. Especially at a time of the expansion of so-called ‘citizen journalism’ – which although useful operates without traditional editorial safeguards, the role of public broadcasters in the provision of factually-correct, fair and balanced information, as well as well-researched, carefully produced cultural and other programs remains crucial.

Even in today’s heavily-politicised world, in which cynicism abounds, information consumers across the world, from Pakistan to Afghanistan and Iraq to Iran, are able to differentiate between their views of governments and the independent broadcast services of public broadcasters. It is the ability to continue operating on an independent, quality-driven line that must continue to underpin all public broadcasting. Public broadcasters must continue, the world over, to manifest an independent mission, a mission defined by institutional autonomy and editorial independence, which, particularly where there is a strong concentration of commercial media power, can ensure greater diversity and constitute a trustworthy source of information.

Standards of the highest integrity must be maintained internally as well, if public broadcasters are to continue to perform their quality role. This means that editorially there must be an internal culture of fairness, balance and independence.

In their efforts to obtain accurate information and inform the world, it should not be forgotten that public broadcaster journalists, too, sometimes pay the ultimate price: They lose their lives, are injured, or are arrested and imprisoned. There are many unsung heroes around the world, who are not necessarily famous correspondents, but who nonetheless have dedicated their lives to working for a public broadcaster. The international value of public broadcasters was clearly underscored during the violence that gripped Iran following disputed presidential elections that year. Although Western public broadcasters were derided by the Iranian authorities as government tools and as playing a role in the incitement of violence, in seeking to strive for impartial representation of all sides of the story they helped keep the public across the world informed.

In the world of 24-hour, virtually-instantaneous information, governments have sought to block the availability of international broadcaster information through a variety of means, including frequency jamming.

Although public broadcasters have proved adaptable to the change engendered in swiftly changing broadcast technology and the rapid emergence of various digital media platforms, the recent media crisis surrounding traditional print and broadcast mediums – precipitated by the rise in citizen journalism and web-based news-sharing – has obliged media outlets, including public broadcasters, to decrease investment in international news. These cutbacks, including reductions in the number of foreign bureaus and correspondents, have affected the ability of broadcasters to continue providing in-depth, cutting-edge information and news to the publics they serve. Unfortunately, it has become quite common for networks to cover major news without a correspondent in place because of cost-cutting measures. One of the problems with this kind of coverage is that it creates a vacuum in which off-authoritarian governments with no interest in the dissemination of balanced news coverage are able to spread propaganda and mould public opinion in the dark. The need, then, for independent public broadcasters with sufficient financial means to continue providing information of public interest remains ever-present.

A vital element of public broadcasters are the independence-guaranteeing charters under which they are set up.

Indeed, independence must be a crucial characteristic of any public broadcaster if it is to fulfill its mandate to inform the public without acting as a mouthpiece for

state interests. This means as well that no editorial appointments or decision-making should be influenced by politics. Unfortunately, in the case of a number of public broadcasters this does not always hold true.

In a 6 January 2010 report, the Council of Europe's Committee on Culture, Science and Education noted that "the survival of Europe's long-standing model of PSB, based on independence bolstered by public consent and financed by a license fee system, is threatened by commercial competition, falling audience shares and political meddling."

In the UK, for example, at the Edinburgh television festival in 2009, leading media entrepreneur James Murdoch lashed out at the BBC, saying its "dominance" of the British television market threatened independent journalism and was guaranteed by government funding. Meanwhile, as a consequence of government budget cuts in the UK, the BBC has been obliged to, itself, cover hundreds of millions of pounds in costs previously taken care of by the government, including the budget of the World Service. In addition, the broadcaster's license fees are frozen for six years, and recently tensions between management and journalists over efforts to slash pension-funding costs boiled over into a 48-hour journalist walkout which noticeably affected programming.

In France, the government appears to be favouring private broadcasters over public ones by reducing the public broadcaster's budget. In addition, French President Nicolas Sarkozy, in an apparent effort to play a far greater role in the moulding of public broadcaster policy, has decided that he should have the power to nominate the public broadcaster director-general as well as the top broadcasters of the French public television broadcasting networks. The changes sparked a long strike by Radio France Internationale staff in March 2009.

In Italy, the Prime Minister owns the most powerful media company in the country, in a clear conflict of interest, and also enjoys powerful political influence over the country's public broadcaster RAI – in which he has personally intervened to cut shows he considers critical.

The politicisation of public broadcasters dramatically undermines their mandate to provide the public with accurate, fair and balanced information overseen by an editorial team who do not owe their positions to political patronage.

The apparent influence of politics in various Western European public broadcasters is of particular concern in the context of investigative reporting. It is hard to see how an editor-in-chief, or programme director, who owes his or her position to powerful political backing, can consider investigative reporting on, for example, a corruption scandal involving the political party which backed him.

The aggressiveness of commercial broadcaster interests is unsurprising when one considers that in the UK, for example, public broadcasting still accounts for a third of all viewers and more than half of all radio listeners. In Germany, public broadcasters account for 40 per cent of consumers.

While public broadcasters are far from perfect, one of their principal advantages, as long as they maintain their political independence, is the absence of any profit motivation or shareholder interests – and this is something which loyal consumers have come to value.

In fact, the loyal consumers of public broadcast information have come to see public broadcasters as occupying an island removed from both political and commercial interests, a public space open to all, a platform for the free flow of quality information, as well as critical debate and the exchange of ideas.

Quality public broadcaster programming does not aim for an intellectual elite, nor does it seek to maximise profit margins and commercial interests by dumbing down. Instead it seeks to uphold a universal quality.

DIE LEITMEDIEN DER MEDIENMACHER

DR. DANIELA KRAUS
MEDIENHAUS WIEN

Inhaltlich wenig relevant, aber politisch mächtig. So sehen Politikjournalisten die „Kronen Zeitung“. Dem ORF sprechen sie ebenfalls großen Einfluss auf die politische Tagesordnung zu. Seine Inhalte werden aber auch genutzt, seine Medienangebote als Quellen für die journalistische Arbeit geschätzt.

Was guter Journalismus bietet – Information und Orientierung über Politik, Wirtschaft, Gesellschaft –, ist wesentlich für die Demokratie, ist Grundlage für die Entscheidungen der Wähler. „Journalismus“, so eine kompakte Lehrbuchdefinition (Meier 2007: 13), „recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt.“ Die Rolle, die dabei Journalismus – vor allem Informations- und Politikjournalismus – spielt, ist im professionellen Selbstverständnis fest verankert: Journalisten fühlen sich in hohem Ausmaß für das „Erklären und Vermitteln komplexer Sachverhalte“ zuständig, unter den österreichischen Politikjournalisten sehen 96 % diese als ihre zentrale Aufgabe. Ebenfalls stark ausgeprägt ist das Bewusstsein, zur politischen Meinungsbildung beizutragen und dem Publikum Orientierung zu bieten.

Aber woran orientieren sich die Politikjournalisten selbst? Was sind ihre Leitmedien? Was sind die bevorzugten Quellen für politische Recherche? Kurz: Woher kommen die Informationen, an denen sich dann Leser, Seher, Hörer orientieren können? Nach ihrer eigenen Mediennutzung befragt, geben österreichische Politikjournalisten zuerst zwei Tageszeitungs-Marken an: Am öftesten beruflich verwendet werden „Die Presse“ (von 52 der 100 Befragten genannt) und „Der Standard“ (51). Knapp gefolgt vom ORF, dessen Angebote 47 % der Befragten häufig nutzen. Beim ORF setzt sich das Ergebnis aus mehreren verschiedenen Angeboten zusammen: Neben TV-Programmen und Teletext hat der Kultur- und Informationssender Ö1 mit seinen Journal-Sendungen viele Nennungen.

- 1 Alle im Folgenden präsentierten Daten stammen aus: Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela (Hg.): Der Journalisten Report III. Politikjournalismus in Österreich. Facultas. Wien. Für die zugrundeliegende Studie „Politikjournalismus in Österreich“ wurden hundert der etwas mehr als dreihundert österreichischen Journalisten und Journalistinnen, die zu Innenpolitik-, EU-Politik oder Kommunalpolitik arbeiten, befragt.
- 2 Die Interviewten wurden dabei jeweils gebeten, jene drei Medien zu nennen, die sie selbst „beruflich häufig bzw. regelmäßig nutzen“. Wenn – wie in Einzelfällen – dabei von einem Befragten gleich zwei Titel aus derselben Medienmarke genannt wurden (also etwa: „Der Standard“ und derstandard.at, oder: ORF 1, ORF-Teletext, Ö1 etc.) so wurden sie für die hier beschriebene Darstellung jeweils unter der Generalmarke zusammengefasst (also z. B.: „Der Standard“ und ORF).

Auch für die digitale Recherche sind Meinungsführermedien auszumachen. In Österreich geben 69 % der Politikjournalisten an, redaktionelle Online-Ausgaben anderer Medien täglich, weitere 19 %, sie mindestens einmal pro Woche für Recherchezwecke zu nutzen. Unmittelbar nach Suchmaschinen sind damit die Websites redaktioneller Nachrichtenangebote wichtigste Quelle im Netz, noch vor den Websites von Ministerien, Universitäten oder Unternehmen; deutlich auch vor Datenbanken, Online-Archiven oder Wikipedia.

Unter den redaktionellen Angeboten wiederum sind für die Politikjournalisten die mit Abstand wichtigsten Online-Medien die Angebote von ORF.at und derstandard.at, sie führen das Ranking an. Auf Platz drei folgt mit dem Angebot von spiegel-online.de ein deutsches Angebot.

Es ist zu vermuten, dass im Bemühen, dem Publikum Orientierung zu geben, die eigene Orientierung an Themen und Meinungen der Kollegenschaft zunimmt – oder, negativ interpretiert, dass sich eine Tendenz zum „Rudeljournalismus“ verstärkt. „Wenn einer ein Thema entdeckt, rennen alle anderen hinterher“?

Es komme, so ein Befund der Kommunikationswissenschaft, tatsächlich durch die Co-Orientierung zwischen Journalisten zu verstärkten Intermedia-Agenda-Setting-Effekten. „The outcome of this intermedia agenda setting is a highly redundant news agenda“, belegen empirische Studien als Folge (Weaver, et al.: 274). Beobachtungen zur Themensetzung in den Nationalratswahlen lassen diesen Schluss auch für Österreich zu: Größere Autonomie einerseits, höhere Selbstreferenz der Medien andererseits (Seethaler/Melischek 2010).

Diese Tendenz wird weiter verstärkt durch die als „Googleisierung des Journalismus“ diskutierte Entwicklung. Auch unter Österreichs Politikjournalisten nutzen fast alle täglich Suchmaschinen, und das ist zu 95 % gleichbedeutend mit Google. Umso bedenkenswerter ist das, wenn Beobachtungsstudien (unter deutschen Journalisten) zeigen, dass im Durchschnitt nur 1,3 Google-Ergebnisseiten angeklickt werden (Springer/Wolling 2008: 54). Und dann sind da noch die Nachrichtensuchmaschinen wie Google News, die eine eingeschränkte Vielfalt an Quellen einbeziehen, häufiger gelesene Quellen prominenter reihen. Den Effekt der Selbstreferenz verstärkt dann noch Wikipedia als wichtige Quelle auch für den professionellen Medienmacher. Wikipedia-Editoren übernehmen dann freilich auch wieder Berichte aus den großen traditionellen Medien. Die „Agenda Setter“ unter den Medien bieten also nicht nur ihrem eigenen Publikum Orientierung – sie beeinflussen auch die Berichterstattung der Kollegenschaft, sie unterfüttern Berichte und Kommentare im Web 2.0, sie werden in Wikipedia zitiert. Kurz: Ihr Einfluss, ihre Orientierungsfunktion vervielfacht sich.

In gleichem Maß multipliziert sich ihre Verantwortung. In besonderem Ausmaß betrifft das den ORF als reichweitenstarkes Qualitätsmedium, denn das Inter-Media-Agenda-Setting führt zu Rückwirkungen auf die politische Agenda selbst. Das spiegelt sich in der Einschätzung der politischen Macht einzelner Medien wider: Dass die „Kronen Zeitung“ und der ORF die politische Tagesordnung in Österreich „sehr“ oder „eher“ stark beeinflussen können, denken fast 100 Prozent der österreichischen Politikjournalisten. Aber obwohl die inhaltliche Relevanz der „Krone“ als Leitmedium für wesentlich geringer gehalten wird – nur 16 % der Befragten geben an, sie beruflich „häufig“ zu nutzen – wird ihre politische Macht für noch ein Stück stärker als jene des ORF gehalten. (siehe Abb. 2) Die viel diskutierte „Macht der Krone“ nährt sich nicht nur aus der Angst der Politiker – auch die Journalisten selbst geben dem Marktführer jene Macht, die er für sich reklamiert.

3 Hans Leyendecker im Interview, Spiegel Online vom 13.02.2004, <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,286184,00.html>

Im Fall des ORF sind gleichermaßen thematische Relevanz wie gefühlte Macht hoch. Auch wenn seine politische Meinungsführerschaft nicht mehr unbestritten ist, spielt öffentlich-rechtlicher Rundfunk als Leitmedium für den politischen Diskurs eine wichtige Rolle. Der ORF gehört in Österreich trotz sinkender Reichweiten, auch seiner Informationsangebote, noch immer zu jenen Medien, deren Inhalte multipliziert werden und durch die Rezeption der Kollegen über viele Kanäle ihr Publikum finden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk selbst wie auch jene Medienpolitik, die für seine Rahmenbedingungen verantwortlich ist, sind gut beraten, sich in der internen wie externen Debatte auf qualitätsgesicherten, transparenten Journalismus als Kern des „Public Value“ zu konzentrieren. Die Rolle als Meinungsführer wird der ORF – gegenüber dem Boulevard genauso wie gegenüber der wachsenden Menge an engagierten „Laien“-Journalisten – nur behaupten können, wenn ORF als Marke für hochwertigen Journalismus steht. Und wenn es gelingt, diesen Journalismus dem Publikum zu vermitteln, nicht nur über Fernsehen und Radio, sondern aktiv auch via Web 2.0 – denn dessen „ProdUser“ bringen Information und Inhalt an Zielgruppen, die über traditionelle Kanäle kaum erreicht werden.

In einem kommerzialisierten, konzentrierten Medienumfeld ist Öffentlichkeit besonders angewiesen auf hochwertige Recherche, Selektion und Aufbereitung von Information. Auf Orientierung in einer komplexen Welt. Die zu geben, ist Kernaufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

LITERATURHINWEISE

-
- | | | |
|---|--|---|
| <p>KALTENBRUNNER, ANDY
KARMASIN, MATTHIAS
KRAUS, DANIELA (Hg.):
Der Journalisten Report III. Politikjournalismus in Österreich. Facultas. Wien.</p> | <p>SINGER, JANE (1997):
Still guarding the gate? The newspaper journalist's role in an on-line world. In: Convergence 3/1997. S. 72–89.</p> | <p>WEAVER, DAVID
MCCOMBS, MAXWELL
SHAW, DONALD L.:
Agenda-Setting Research: Issues, Attributes, and Influences. In: Kaid, Lynda Lee (Hg.) (2004): Handbook of political communication research. LEA. Mahwah, NJ. S. 257–282</p> |
| <p>MEIER, KLAUS (2007):
Journalistik. UVK Verlag. Konstanz.
Seethaler, Josef/Melischek, Gabriele (2010): Journalismus und Politik in den österreichischen Nationalratswahlkämpfen 1999–2008. In: Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela (Hg.): Der Journalisten Report III. Politikjournalismus in Österreich. Facultas. Wien. S. 139–160.</p> | <p>SPRINGER, NINA
WOLLING, JENS (2008):
Recherchegoogeln. Wie Zeitungsjournalisten das Internet für ihre Arbeit nutzen. In: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.): Journalismus online – Partizipation oder Profession? VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlag. Wiesbaden. S. 45–59.</p> | |
-

ZUKUNFT.ORF.AT