



Institut für Medienverantwortung

Dr. Sabine Schiffer

Linguistik &
Medienpädagogik

Fon 09131/ 933 277-8

Fax 09131/ 933 277-9

Presserat
mein Schreiben vom 25.7.2005
Ihr Schreiben vom 24.8.2005

Erlangen, 18.10.2005

Sehr geehrte Damen und Herren vom Presserat,

auf Grund zunehmend ästhetischer, d.h. bild- und grafisch-gestalterischer Arbeit auch im Printmedienbereich, schlage ich eine Ergänzung der Pressratsrichtlinien um einen Punkt **12.2** etwa mit folgender Formulierung vor:

„In der Berichterstattung über Straftaten, Terroranschläge u.ä. ist darauf zu achten, dass beigefügte Bilder nicht symbolisch eine bestimmte Gruppe von religiösen, ethnischen oder anderen Minderheiten darstellen, so dass hieraus ein unbegründeter Zusammenhang herausgelesen werden kann.“

Zur Begründung dieses Vorschlags bitte ich Sie das folgende Abstract zur Kenntnis zu nehmen, das einen Beitragsvorschlag für die Jahrestagung 2006 der DGPK in München darstellt.

Sinn-Induktionsphänomene ernst nehmen

Bilder - ob Fotografie, Karikatur oder Filmbild - werden immer in einem Kontext präsentiert. Dieser Kontext macht sie oft erst zu dem, was sie schließlich aussagen. Ihr Kontext kann sowohl aus anderen Bildern bestehen als auch aus Texten – im Falle eines Gemäldes ist dies vielleicht auch nur eine spezielle Situation. Pressefotos und Filmsequenzen in den Abendnachrichten etwa wird vom subjektiven Publikum ein hoher Authentizitätsgrad zugeschrieben, obwohl sie diesen nachgewiesenermaßen nicht haben. Erst die Interpretation des Bildes durch seinen jeweiligen Kontext macht seine Bedeutung aus, macht es eindeutiger als es ist, modifiziert vielleicht sogar die eigentlichen Bildinhalte. Dies ist das weite Feld der Moderatoren und somit ergibt sich, dass jeder redaktionell Tätige ein Moderator ist, wenn Bilder, Bildunterschriften, Grafiken oder Textumgebungen ausgewählt und zugeordnet werden.

Das Zusammenspiel von Text und Bild habe ich im Rahmen meiner Dissertation zur Islamdarstellung in deutschen Printmedien analysiert, wobei auf Arbeiten wie die von Zimmer, Muckenhaupt und weiteren Analysten auf diesem Gebiet zurück gegriffen werden konnte. In Bezug auf die Islamdarstellung wurde u.a. ersichtlich, dass Bilder

inflationär als Symbole Verwendung finden (dies ist jedoch keine Spezifik dieser Thematik) – vor allem Motive wie das Kopftuch, die Moschee und die Gebetshaltung der Muslime. Allerdings werden diese neben der Verwendung als Repräsentanten des Islams zunehmend zur argumentationsökonomischen Illustration von Themen verwendet, die Islamismus oder gar Extremismus thematisieren. Argumentationsökonomisch ist dabei, dass ein Zusammenhang nicht mehr begründet werden muss, sondern unterschwellig bereits präsupponiert werden kann. Das Resultat ist eine Sinn-Induktion – eine Verknüpfung der beiden nebeneinander präsentierten Themen mit unterschiedlichen Codierungen. Nach den Anschlägen von London war dies zu beobachten, als Bilder betender Muslime in die Berichterstattung über die Attentate und die Opfer hineingeschnitten wurden. Schließlich gehen die Symbole für den Islam verloren oder anders gesagt, beim Auftauchen eines solch stilisierten Symbols kann der unbedarfte Mediennutzer kaum umhin, diese als Zeichen einer Bedrohung einzustufen. Hier wird die Problematik deutlich, die ich mit meinem Beitrag ansprechen möchte.

Dabei richtet sich mein Interesse weniger auf die Presseratsrichtlinie 2, die die Kennzeichnungspflicht von Symbolfotos einfordert, sondern auf die Richtlinien (RL) 10 und 12. Sie fokussieren die Verletzung und Verunglimpfung von Gruppen, wenn deren Merkmale außerhalb eines relevanten Kontextes aktualisiert werden. Ist also das Gruppenzugehörigkeitsmerkmal für den Sachverhalt, der das Thema des Berichts ausmacht, nicht relevant, dann soll eine Nennung dieser Gruppenzugehörigkeit unterbleiben – eigentlich unabhängig davon, ob eine positive oder eine negative Darstellung erfolgt. Eine Nennung ist jedoch durch die Platzierung eines Bildes ebenso zu erreichen wie durch eine explizite Nennung im Wortsinn. Während nun in RL 10 auf „Wort und Bild“ hingewiesen wird, fehlt diese Explizitmachung in RL 12.

Es handelt sich aber in allen Fällen um Sinn-Induktionen durch die gemeinsame Präsentation von Informationsbruchstücken, deren Anordnung einen Zusammenhang zwischen den Elementen suggeriert. Dies wird vor allem durch stereotype Wiederholung zu einem eingeübten Wahrnehmungsmuster. In der Linguistik spricht man von Markierung, wenn eine Gruppenzugehörigkeit immer wieder aktualisiert wird – eben auch und vor allem außerhalb relevanter Kontexte. Dies geschah etwa in Bezug auf unsere jüdischen Mitbürger – und passiert auch heute noch. Wird aber Taten, die überall auf der Welt vorkommen, das Merkmal „jüdisch“ angehaftet, dann entsteht ein Begründungsdiskurs, diese Taten als „typisch jüdisch“ anzusehen und als gruppenspezifisch wahrzunehmen – und das allein schon dann, wenn man erwähnt hat, dass es sich bei dem Täter um einen Juden handelte oder weil man ein Bild eines kippatragenden Menschen beigefügt hat. Der Einmaligkeit steht die stereotype Einübung gegenüber, die uns diese Markierung dann als natürlich vorkommen lässt, dabei handelt es sich lediglich um eine Wahrnehmungsgewohnheit – um ein Framing.

Die Entscheidung über die Relevanzfrage ist jedoch nicht immer eindeutig und bedarf genauerer Definitionen. Besonders im Falle der Islamberichterstattung erweist es sich als schwierig, dass gerade extremistische Gruppen mit den gleichen Symbolbildern und –texten versuchen, ihre Taten zu illustrieren und/oder zu legitimieren. Hier stellen sich für Medienschaffende grundsätzliche Fragen der Arbeitsethik: Handelt man der Informationspflicht zuwider, wenn man lancierte Wortlaute und Bilder nicht weiter gibt? Ist es legitim, wenn sich etwa Muslime über den Symbolmissbrauch beschweren, diesen quasi durch Entscheidung von außen abzustellen? Wie kann man verhindern, dass man zum Sprachrohr bestimmter Gruppen wird? uvm. Und das alles bei der Auswahl eines Bildes?

Ja, denn den Idealtypus des Journalisten-Chronisten gibt es real nicht. Jede Auswahl eines Themas, eines Aspekts, eines Bildes oder Bildausschnitts oder einer Bildunterschrift ist eine Entscheidung und ein aktives Eingreifen in ein viel umfangreicheres Material. Über die Auswahlentscheidungen fehlt jedoch jeder Hinweis in den Presse-ratsrichtlinien. Sowohl Nachrichtenwertfaktoren als auch Fragen des Framings bleiben an dieser Stelle unreflektiert.

Hier ist die Verantwortung sowohl der medienschaffenden Klasse als auch der einzelnen Journalisten und Redakteure gefordert, wobei auch jeder Mediennutzer Verantwortung für den Erwerb von Medienkompetenz – die sich wahrlich nicht auf rein technische Kompetenz beschränkt - trägt. Dies entbindet den ausgebildeten Medienschaffenden jedoch keineswegs von einer besonderen Verantwortung gegenüber dem Produkt und dem damit erzeugten Wahrnehmungsangebot. Der journalistische Ethikbegriff geht dabei weit über eine moralische Kategorie hinaus. Es geht um sauberes Handwerk trotz sich verschlechternder Rahmenbedingungen – auch dann, wenn nicht digitale Bildbearbeitung oder gar Fälschung zur Diskussion stehen. Es geht darum, wie die Vorstellungen von unserer Welt konstruiert werden – und da spielen Medien und deren Bilder eine immer zentralere Rolle, was noch mehr Verantwortung nach sich zieht. An der Fragestellung der Sinn-Induktionsphänomene – also der Zusammenhangskonstruktion ohne explizite Begründung – wird darüber hinaus deutlich, dass die zunehmende Ästhetisierung im medialen Bereich ein wichtiger bestimmender Faktor für die politischen Systeme der Zukunft in einer sich globalisierenden Welt sein wird. Darauf sollten wir uns vorbereiten.