

Leopold-Franzens-Universität Innsbruck
Institut für Medien, Gesellschaft und Kommunikation
Spezialisierung Medienpädagogik

Zwischen Medien und Bildung Der journalistische Bildungsauftrag und die Rolle des Journalismus in der Medienpädagogik

Bachelorarbeit

eingereicht bei

Mag. Lisa Blasch

von

Mag. Benedikt Kapferer

Innsbruck, Juli 2021

Abstract

*Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Zusammenhang des journalistischen Bildungsauftrags und der Rolle von Journalistinnen und Journalisten als Akteure der Medienpädagogik. Dabei steht die These im Vordergrund, dass Journalist*innen als Personen aus der Medienpraxis einen Mehrwert für die Medienbildung von jungen Menschen bzw. Schülerinnen und Schüler bringen können. Die Beschäftigung mit Journalismus erschließt innerhalb des komplexen Mediensystems neue Handlungsfelder und schafft Lernorte der Medienbildung. Dafür wurden Interviews mit der ORF-Journalistin Lou Lorenz-Dittlbacher (Zeit im Bild 2) und dem Podcaster und Zeitungsredakteur Andreas Sator (Der Standard) über deren Verständnis des Bildungsauftrags durchgeführt. Basierend auf dem Medienkompetenz-Modell von Dieter Baacke und der journalistic media education von Maarit Jakkola plädiert die Analyse für eine verstärkte Integration von journalistischen Akteur*innen in der Medienbildung und eine Kooperation für das Lernen über und mit Medien.*

This bachelor thesis analyses the relation between the so-called “educational mandate” or “educational mission” in journalism and the role of journalists as actors of media pedagogy. It promotes the idea that journalists as experts of media practice may profoundly enrich the entire field of media education in the work with young people or students. By bridging the gap with journalism within the broad media landscape, new fields of action and learning environments may be created for fostering media literacy. Two expert interviews on their understanding of the “educational mission” were conducted with the following journalists: Lou Lorenz-Dittlbacher (ORF, Zeit im Bild 2) and Andreas Sator (podcaster, editor Der Standard). Based on the media literacy concept by Dieter Baacke and journalistic media education by Maarit Jakkola, the paper advocates a deeper integration of journalistic actors in media pedagogy and more cooperation for learning on and with media.

Danksagung

Einerseits gebührt Mag. Lisa Blasch, der Leiterin des Bachelorseminars, im Rahmen dessen diese Arbeit entstand, großer Dank. Die Tipps in den Sprechstunden, das Feedback und allgemein das Seminar waren besonders wertvoll und hilfreich.

Andererseits danke ich meinen beiden Interviewpartner*innen Andreas Sator und Lou Lorenz-Dittlbacher für die Zeit und das Gespräch. So erfahrene, ausgezeichnete und renommierte Journalist*innen befragen zu dürfen, war mir eine ganz besondere Freude und Ehre.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	1
Danksagung	2
1. Einleitung	4
2. Theoretischer Teil	7
2.1 Medienwandel und Digitalisierung	7
2.2 Begriffsdefinition Medienkompetenz.....	10
2.3 Medienbildung zwischen Schule und Gesellschaft	13
2.4 Der journalistische Bildungsauftrag.....	16
3. Empirischer Teil	19
3.1 Forschungsdesign	19
3.2 Auswertung und Interpretation.....	20
3.3 Diskussion und Theoretisierung.....	24
4. Schluss.....	28
Quellen- und Literaturverzeichnis.....	30
Anhang	33
Liste von Angeboten der journalistischen Medienbildung	33
Transkript Interview Lou Lorenz-Dittlbacher	34
Transkript Interview Andreas Sator	43

„Aus der Vergangenheit lernen. Gegen Vorurteile kämpfen. Zur Toleranz erziehen.“¹

1. Einleitung

Als Hugo Portisch am 1. April 2021 im Alter von 94 Jahren starb, waren die Reaktionen der österreichischen Medienlandschaft von großer Anteilnahme und tiefer Trauer geprägt. Die Würdigungen für den langjährigen *Kurier*- und ORF-Journalisten, Dokumentarfilmer und Autor waren zahlreich und vielfältig. Die Rolle und das (Selbst-)Verständnis vom Journalisten als Lehrer und Pädagoge kamen dabei besonders zum Vorschein. Portisch wurde etwa als „Geschichtslehrer der Nation“² oder als „Erklärer der Welt“³ bezeichnet. Ohne Zweifel war er in Österreich eine Ausnahmeerscheinung und eine prägende Figur für nachfolgende Generationen von Journalist*innen. Der erzieherische Aspekt in seinem publizistischen Werk wirkt im Jahr 2021 aber wie aus einer vergangenen Zeit. Journalismus und Bildung oder gar Erziehung im Sinne eines moralisch aufgeladenen und belehrend-didaktischen Ansatzes scheinen heute wenig gemein zu haben. Vor einem medienpädagogischen Hintergrund stellt sich folglich die Frage, inwiefern Journalist*innen und Medienschaffende pädagogisch auftreten und wie sie in den engeren Kontext von Bildungsprozessen sowie der Medienbildung in der Schule integriert sind. Bei näherer Betrachtung schließen sich journalistische Angebote auf der einen Seite und die institutionalisierte Bildung auf der anderen keineswegs aus. Im Gegenteil: Dem (Qualitäts-)Journalismus und insbesondere dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk – wie etwa der ARD und dem ZDF in Deutschland oder dem Österreichischen Rundfunk (ORF) – wird nach wie vor ein bestimmter Bildungsauftrag zugeschrieben. Als zentrale Institutionen moderner Demokratien tragen Journalismus und Schule somit zur Entwicklung und zur Aufklärung von Bürger*innen bei.

Aus diesem Grund geht die vorliegende Arbeit der Frage nach, wie Journalistinnen und Journalisten ihren Bildungsauftrag verstehen und in welchem Zusammenhang dieser mit der Medienpädagogik steht. Dabei wird von der These ausgegangen, dass Journalismus und Medienbildung viele Gemeinsamkeiten mit viel Potential für das Lernen und Lehren in der Schule aufweisen, diese aber noch wenig ausgeschöpft werden. Anhand des Begriffes des Bildungsauftrages zeigt sich, dass dieser sehr unterschiedlich und nur in Ansätzen in einer

¹ Hugo Portisch zugeschrieben, zit. in: Astrid Ebenführer, „Adieu, Hugo Portisch“, in: *Der Standard*, 30.04.2021, S. 41.

² Günther Haller, Hugo Portisch ist tot: Der Journalist, der uns die Welt erklärte, in: *Die Presse*, 1.4.2021, [<https://www.diepresse.com/5960224/hugo-portisch-ist-tot-der-journalist-der-uns-die-welt-erklarte>], eingesehen 8.7.2021.

³ Philipp Wilhelmer, Hugo Portisch: Österreichs berühmtester Journalist ist tot, in: *Kurier*, 1.4.2021, [<https://kurier.at/kultur/medien/hugo-portisch-oesterreichs-beruehmtester-journalist-ist-tot/401336703>], eingesehen 8.7.2021.

engeren Relation zur Medienpädagogik wahrgenommen wird. Als Auseinandersetzung an der Schnittstelle zwischen klassisch redaktionellem Journalismus und der wissenschaftlichen sowie schulischen Disziplin der Medienpädagogik untersucht die Arbeit die Wechselwirkungen und den gegenseitigen Mehrwert. Das Ziel der Untersuchung ist es, die Rolle von Journalist*innen im Sinne des Bildungsauftrages als mögliche medienpädagogische Vermittler*innen und Expert*innen zu berücksichtigen und ihren Zusammenhang zur Schule herauszuarbeiten. So geht es darum, das breite und komplexe Feld der Medienbildung zu öffnen, weiter zu denken und unterschiedliche Akteur*innen der Medienlandschaft, das heißt letzten Endes Personen aus der Medienpraxis, einzubinden. In der Synthese dieser vermeintlich stark voneinander getrennten Sphären soll in einem inklusiven und holistischen Verständnis von Lernen und Lehren den vielfältigen Herausforderungen und Problemen der heutigen Mediengesellschaft Rechnung getragen werden.

Der Begriff des Bildungsauftrages sowie Theorien von Medienkompetenz und Medienbildung sind dabei das konzeptionelle Fundament, das den Ausgangspunkt für das Suchen nach Gemeinsamkeiten bildet. Mit der Methode der Expert*inneninterviews soll schließlich die Brücke zwischen Journalismus und Medienpädagogik geschlagen werden. Dafür wurden auf der Basis eines Leitfadens zwei Interviews durchgeführt, einerseits mit dem Podcaster und Zeitungsjournalisten Andreas Sator und andererseits mit der ORF-Journalistin und *Zeit im Bild* 2 Moderatorin Lou Lorenz-Dittlbacher.

Zum Forschungsstand lässt sich vorab sagen, dass der Journalismus als konkretes Handlungsfeld bzw. Akteur innerhalb der Medienpädagogik bisher kaum untersucht und lediglich unter ferner liefen betrachtet wurde. In den vergangenen Jahren scheint sich hier jedoch mit einer häufig beschworenen „Krise des Journalismus“⁴ ein Wandel ereignet zu haben. So entwarf der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen unter anderem in seinem Werk *Die große Gereiztheit*⁵ die Utopie der „redaktionellen Gesellschaft“. Darin macht er die Maximen und die Werte eines ideal gedachten Journalismus zum gesamtgesellschaftlichen Lernziel und Bildungsauftrag. Mit dem Begriff des „dialogischen Journalismus“ rückt er diesen Auftrag auch in die Verantwortung von Journalist*innen selbst. Darüber hinaus scheinen medienpädagogische Vermittlungsangebote von außerschulischen Einrichtungen in Kooperation mit Journalist*innen häufiger den Boden des klassischen Bildungsbereiches zu betreten. Sie wenden sich speziell an Lehrpersonen bzw. Schülerinnen und Schüler und werden

⁴ vgl. Hans-Dieter Kübler, Prämissen und Paradigmen von Medienkritik. Versuch einer Kategorisierung, in: Horst Niesyto/Heinz Moser (Hrsg.), *Medienkritik im digitalen Zeitalter*, München 2018, S. 15–31, hier S. 20.

⁵ Bernhard Pörksen, *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*, München 2018.

dadurch Teil der Medienbildung. Mit dem Konzept der *journalistic media education* (JME) liefert Maarit Jaakkola den theoretischen Rahmen für die Einordnung von Journalistinnen und Journalisten als Medienpädagogen. So gilt ihre Publikation aus dem Jahr 2020⁶ als wesentliche Grundlage für diese Arbeit. Des Weiteren ist allgemein nach wie vor das Medienkompetenz-Modell von Dieter Baacke⁷ ein wesentlicher Bezugspunkt.

Um einen fachlich begründeten Grundstein zu legen und gleichzeitig den Forschungsstand zu diskutieren, beginnt die Untersuchung mit einem theoretischen Teil. Im Sinne eines Problemaufrisses und einer Gesellschaftsdiagnose kommen zunächst der größere Kontext des Medienwandels und der Digitalisierung zur Sprache. An diese Skizze der gegenwärtigen politischen, sozialen, ökonomischen und kulturellen Herausforderungen knüpft eine Begriffsdefinition von Medienkompetenz an. Im darauffolgenden Kapitel geht es um die Handlungsfelder und Lernorte von Medienbildung zwischen Schule und Gesellschaft und eine Einordnung journalistisch-medienpädagogischer Angebote in Verbindung mit JME. Zum Abschluss des Theorie-Abschnittes geht die Analyse auf den Bildungsauftrag im Journalismus ein. Schließlich beinhaltet der empirische Teil das Forschungsdesign sowie die Auswertung, Interpretation und die Theoretisierung der Expert*inneninterviews.

⁶ Maarit Jaakkola, Journalists as Media Educators. Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work, in: *Journalism Practice* 2020, S. 1–21.

⁷ Dieter Baacke, Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel, in: Antje von Rein (Hrsg.), *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff*, Bad Heilbrunn 1996, S. 112–124.

2. Theoretischer Teil

2.1 Medienwandel und Digitalisierung

Für jede wissenschaftliche Abhandlung ist es unumgänglich, zu Beginn den allgemeinen, größeren Kontext und die damit zusammenhängenden Phänomene der jeweiligen Zeit zu bestimmen. Aus diesem Grund ist es notwendig, das gegenständliche „digitale Zeitalter“ zu erfassen und ein Verständnis für den Medienwandel und die Digitalisierung zu etablieren. Davon ausgehend können in einem nächsten Schritt die Implikationen dieser Zeit mit den konkreten Herausforderungen und Lösungsansätzen diskutiert werden.

Kaum eine umfassendere Gesellschaftsdiagnose oder publizistische Schrift der Gegenwart kommt ohne die Schlagwörter des „Medienwandels“ oder der „Digitalisierung“ aus. Im Allgemeinen ist das Digitale seit der Jahrtausendwende, spätestens aber seit Beginn der 2010er Jahre, zu einem Leitbegriff gesellschaftlicher Debatten jeglicher Art geworden. Egal ob Politik, Wirtschaft, Kultur oder Bildung: Stets ist die Rede von „neuen Medien“ oder digitaler Transformation. Im Speziellen ist die Digitalisierung in der wissenschaftlichen Disziplin sowie im (außer-)schulischen Bereich der Medienpädagogik nicht wegzudenken. Trotz dieser Omnipräsenz des Phänomens im aktuellen akademischen und öffentlichen Diskurs ist häufig eine verkürzte und entleerte Rhetorik anzutreffen. Das komplexe Konzept wurde – ähnlich wie etwa „Medienkompetenz“, worauf später einzugehen sein wird – zu einem Drehtürbegriff und fungiert als pauschale Diagnose unserer Zeit.

Für den Lebensalltag von Menschen bedeutet Digitalisierung einen enormen Wandel in der Information, Kommunikation und Unterhaltung. Die Medienwelt und die Mediennutzung haben sich insofern verändert, als es zu einer Verschiebung der Produktions-, Rezeptions- und Distributionsweisen von Botschaften jeglicher Art gekommen ist. Diese Durchdringung und der Rollenwandel unterstreicht nicht nur der Begriff der „Mediengesellschaft“. Felix Stalder etwa spricht bei dieser „Vervielfältigung der kulturellen Möglichkeiten“ allgemein von einer „Kultur der Digitalität“.⁸ Mit Verweis auf den prägenden Medienwissenschaftler Marshall McLuhan ist in diesem Zusammenhang häufig von einem Ende der „Gutenberg-Galaxis“⁹, das heißt der verlorenen Dominanz des klassisch schriftlichen Mediums des Buches bzw. des Buchdruckes, die Rede.¹⁰ Stattdessen spielen im 21. Jahrhunderts die elektronischen, computer-gestützten Medien die zentrale Rolle. Aufgrund dieser rasanten Entwicklung ist es nicht

⁸ Felix Stalder, Kultur der Digitalität, Berlin 2016, S. 10.

⁹ vgl. Marshall McLuhan, The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man, Toronto 1962.

¹⁰ Stalder, Kultur, S. 9; Elisabeth Kampmann/Gregor Schwering, Teaching Media. Medientheorie für die Schulpraxis – Grundlagen, Beispiele, Perspektiven, Bielefeld 2017, S. 49.

verwunderlich, dass der gegenwärtige Trend als „Medienrevolution“¹¹ bezeichnet und in seiner Tragweite mit der Erfindung des Buchdrucks um 1500 verglichen wird.¹² Der Kommunikations- und Medienforscher Bernhard Pörksen identifiziert konkret eine „revolutionäre Öffnung des kommunikativen Raumes“.¹³ In der Zeit vor dem Web 2.0, dem partizipativen Internet, und vor Smartphones, Blogs und Social Media habe es dieser Überlegung zufolge vorwiegend passive Empfänger*innen von Nachrichten gegeben. Mit der Digitalisierung wurde diese starre Grenze jedoch aufgelöst. Die vormals einer kleinen Elite vorbehaltenen Fähigkeit, Information und Kommunikation im öffentlichen Raum zu gestalten, wurde radikal ausgeweitet. Pörksen bringt diesen revolutionären Umschwung folgendermaßen auf den Punkt:

„Es gab klar erkennbare, institutionell fassbare Zentren des publizistischen Einflusses in Gestalt von Zeitungen, Radio- und Fernsehsendern. Hier waren klassische Leitmedien Taktgeber der Themensetzung und Journalistinnen und Journalisten die Gatekeeper.“¹⁴

Statt der exklusiven und begrenzten Sphäre der Gatekeeper als „publizistische Großmächte“¹⁵ kam es zu einem Bedeutungsverlust als nicht länger unangefochtene Akteur*innen der öffentlichen Kommunikation. Vielmehr ist die Gestaltung und Verbreitung von Botschaften mittels Smartphones oder Social Media heutzutage so niederschwellig wie nie zuvor. Speziell Plattformen wie Facebook, Instagram oder Twitter hätten in den Worten von José van Dijck zu einer „Kultur der Konnektivität“ geführt und die öffentliche und private Kommunikation von Grund auf verändert.¹⁶ So kam es zur Verschmelzung der früher klar abgetrennten Rollen der Produzent*innen auf der einen und der Konsument*innen auf der anderen Seite.¹⁷ Schließlich verdeutlicht die Wortschöpfung der „Prosumenten“¹⁸ die neue Handlungsfähigkeit und Medienmacht der Nutzer*innen aus der breiten Bevölkerung.

Der Verlust der Deutungshoheit von Journalist*innen bei der Herstellung und Verbreitung von Informationen mit der Partizipation aller brachte jedoch zahlreiche Herausforderungen mit sich. In diesem Zusammenhang soll nur kurz darauf eingegangen werden, inwiefern die

¹¹ Corinna Milborn/Markus Breitenecker, *Change the Game. Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern*, Wien 2018, S. 17.

¹² Guido Koller, *Geschichte digital. Historische Welten neu vermessen*, Stuttgart 2016., S. 8.

¹³ Pörksen, *Gereiztheit*, S. 189.

¹⁴ Pörksen, *Gereiztheit*, S. 66.

¹⁵ Ebd.

¹⁶ José van Dijck, *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*, Oxford 2013, S. 7.

¹⁷ vgl. dazu auch Benedikt Kapferer, *Journalismus auf Augenhöhe? Zwei Experteninterviews zum Verhältnis jugendlicher Mediennutzung und öffentlich-rechtlicher Rundfunk in digitalen Zeiten*, in: Katharina Gallner-Holzmann/Theo Hug/Günther Pallaver (Hrsg.), *Jugendliche Mediennutzung und die Zukunft des Qualitätsjournalismus*, Innsbruck 2020, S. 37–52, hier S. 40.

¹⁸ Daniel Süß et al., *Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung*, Wiesbaden 2018, S. 100.

Digitalisierung ein Mehr an Demokratisierung brachte bzw. demokratische Strukturen innerhalb der Gesellschaft förderte und gleichzeitig Grundrechte wie Privatsphäre oder Datenschutz aushebelte. So ist zu konstatieren, dass die von Hoffnung geprägten Erwartungen aus der Frühphase des Internets ab den 1990er Jahren bald einer Ernüchterung wichen. Außer Frage steht jedoch, dass sich die Teilnahme und Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation stark ausgeweitet hat. Während etwa Henry Jenkins den erhöhten demokratischen Wert der „participatory culture“¹⁹ unterstreicht, widerspricht der Kommunikationsforscher Christian Fuchs und kritisiert eine verkürzte Sichtweise. Laut letzterem könne ein World Wide Web, bei dem es zur Monopolstellung von einigen wenigen Konzernen und zur Ausbeutung der Daten von Nutzer*innen komme, nicht als partizipativ betrachtet werden.²⁰ Die österreichische Digitalexpertin und Journalistin Ingrid Brodnig verweist ebenfalls auf die zunehmende Marktkonzentration als ein zentrales Problem.²¹ Die sogenannten „Big 5“ der Tech-Industrie – Apple, Amazon, Facebook, Microsoft und Google/Alphabet – beherrschen einen Großteil der westlichen Kommunikationswelt. Die breite Bevölkerung kann diese zwar auf einer inhaltlichen Ebene mitgestalten, doch ist sie weitgehend von den Entscheidungen einzelner Unternehmen abhängig. So bezeichnet Stalder den Widerspruch zwischen zunehmender Partizipation bei gleichzeitiger Machtkonzentration auf wenige Große als „postdemokratisch“.²²

In den vergangenen Jahren wurde folglich der Ruf nach (über-)staatlicher Regulierung von Plattformen und den dazugehörigen Konzernen lauter.²³ Das liegt nicht nur in der Kommerzialisierung und der Bündelung der Markthoheit mit der kapitalistischen Nutzung von Daten. Neben den finanziell-ökonomischen Strukturen stellen auch die Phänomene rund um Hass im Netz, Falschnachrichten/Fake News und Manipulationen sowie Verschwörungsmymen große Herausforderungen dar, um nur wenige Stichworte der Schattenseiten der Digitalisierung im Zuge der Öffnung des kommunikativen Raumes zu nennen. Als „Intermediäre“ nehmen Facebook und Co. laut Angela Tillmann einen Platz zwischen dem Journalismus und der Bevölkerung ein. Sie generieren eine neue Art von Öffentlichkeit und liefern einen Raum für Meinungs austausch und zur Herstellung von sozialer

¹⁹ Henry Jenkins, *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York 2006, S. 290.

²⁰ Christian Fuchs, *Soziale Medien und Kritische Theorie. Eine Einführung*, München 2019, S. 10.

²¹ Ingrid Brodnig, *Übermacht im Netz. Warum wir für ein gerechtes Internet kämpfen müssen*, Wien 2019, S. 44ff.

²² Stalder, *Kultur*, S. 209.

²³ vgl. etwa Milborn/Breitenecker, *Change*; Brodnig, *Übermacht*.

Realität, ohne selbst Inhalte bereitzustellen.²⁴ Insofern stellen Technologiekonzerne und die Dominanz ihrer Plattformen einen zentralen Aspekt der Digitalisierung dar, weshalb deren Rolle in der Medienpädagogik stets berücksichtigt werden muss.

Nicht zuletzt gab es mit der Corona-Pandemie ab dem Frühjahr 2020 einen weiteren Digitalisierungsschub. Mit den Worten von McLuhan vernetzte sie das „globale Dorf“²⁵ umso mehr. Derzeit ist es zweifelsfrei noch sehr früh für umfassende Beschreibungen über die Auswirkung der Krise auf die Digitalisierung in einzelnen Bereichen. Doch mit der in diesem Ausmaß noch nie zuvor dagewesenen Verlagerung sämtlicher öffentlicher und privater Lebensbereiche in den digitalen Raum – vom flächendeckenden Distance Learning und dem Online-Unterricht in Schulen über das Homeoffice hin zur privaten Freizeitkommunikation zwischen Lockdown und Quarantäne – ist zweifelsfrei ein nächster großer Schritt in der Digitalisierung gegeben.

Zusammenfassend kann für den Medienwandel und die Digitalisierung festgehalten werden: Im Kontext von Medien gab es in den vergangenen Jahren einen enormen Umbruch. Dieser ist in seiner Tragweite vergleichbar mit der Erfindung des Buchdruckes um 1500. Die Medienpädagogik möchte im Kontext der Erziehungswissenschaften Antworten auf die diversen Herausforderungen rund um Desinformation und Machtkonzentration geben. Konkret bündeln sich diese im Begriff der Medienkompetenz. Im nächsten Schritt geht es darum, die Zuschreibungen rund um diesen Topos zu einem einheitlichen Verständnis einzugrenzen. Dadurch kann es gelingen, die „Kultur der Digitalität“²⁶ tiefergehend zu erfassen und Handlungsoptionen herauszuarbeiten.

2.2 Begriffsdefinition Medienkompetenz

Wenn das vorangehende Kapitel mit der Behandlung von Medienwandel und Digitalisierung einen Problemaufriss darstellen würde, dann ist der Diskurs um Medienkompetenz als ein Lösungsansatz zu betrachten. Für medienpädagogische Überlegungen ist der Begriff zweifelsfrei *das* zentrale Konzept schlechthin, wenn nicht sogar das Ziel sämtlicher Bemühungen im didaktischen Rahmen. Ein Bewusstsein und ein konzises Verständnis darüber sind daher unumgänglich. So gilt es in weiterer Folge, Medienbildung im Zusammenhang mit

²⁴ Angela Tillmann, Politische Medienbildung in digitalen Medienwelten, in: Theo Hug (Hrsg.), Medienpädagogik. Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter, Innsbruck 2018, S. 33–48, hier S. 34.

²⁵ Marshall McLuhan, The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century, New York 1989.

²⁶ Stalder, Kultur, S. 10.

Journalismus vor dem Hintergrund eines bestimmten Medienkompetenz-Begriffes zu denken und die Schnittmengen und Ergänzungen auf diesen anzuwenden.

In den vergangenen Jahren wurde der Begriff der „Medienkompetenz“ zu einem omnipräsenten Bestandteil öffentlicher Debatten. Nicht nur wenn es um scheinbar fehlende Medienkenntnisse oder „schlechte“ Mediennutzung von Schüler*innen und jungen Menschen ging, sondern auch bei allgemeinen und breiteren Diskussionen über Politik, Kommunikationstechnologien oder den gesellschaftlichen Wandel: Medienkompetenz wurde zu einem unübersehbaren, geradezu inflationär und undifferenziert genutzten Slogan. Das unterstreichen einige Zuschreibungen aus der Forschungsliteratur. Theo Hug zum Beispiel spricht von einem „Drehtürbegriff“. Gerade in ökonomischen und politischen Bereichen sei er ein „unscharfer und häufig technologisch akzentuierter Kampfbegriff“²⁷. Bereits im Jahr 2002 schrieb Ulrich Sarcinelli über die Bedeutung von Medienkompetenz in der Politischen Bildung. Dort werde der Terminus als „pädagogische Allerweltsformel“²⁸ sowie als „magisches Schlüsselwort“²⁹ gebraucht. Auch innerhalb der anglo-amerikanischen Forschungswelt werden Erwartungshaltungen kritisiert, welche Medienkompetenz mit sozio-politischen Heilsvorstellungen assoziieren. Goering und Thomas etwa stellen im Kontext der Wahl Donald Trumps zum US-Präsidenten 2016 die Frage, ob *critical media literacy* „a potentially lifesaving tool“ sei.³⁰ Laut Seth Ashley sehen tatsächlich viele Menschen in *news literacy* eine möglicherweise lebensrettende Funktion. Ihm zufolge sei der Ruf nach mehr Nachrichtenkompetenz im 21. Jahrhundert vor dem Hintergrund des Anstiegs von Desinformation deutlich gestiegen. Darin komme häufig eine verknappte Vorstellung von *news literacy* als „antidote“ („Gegengift“) zum Vorschein.³¹ Folglich verwundert es nicht, dass die Sendung *matrix – computer & neue medien* des ORF-Kultur- und Bildungsradios Ö1 Medienkompetenz unlängst zum „Unwort“ erklärte.³² Kurzum: Insgesamt gibt es in der Gesellschaft eine Vielzahl an Zuschreibungen und Erwartungen an den Topos der Medienkompetenz. Der Begriff dient im breiteren Diskurs als Projektionsfläche und pauschales

²⁷ Theo Hug, Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter – Zur Einführung, in: dslb. (Hrsg.), Medienpädagogik. Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter, Innsbruck 2018, S. 7–17, hier S. 7.

²⁸ Ulrich Sarcinelli, Medienkompetenz in der politischen Bildung, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 26.5.2002, [<https://www.bpb.de/apuz/25559/medienkompetenz-in-der-politischen-bildung>], eingesehen 12.7.2021.

²⁹ Reinhold Gärtner, Basiswissen Politische Bildung, Wien 2016, S. 181.

³⁰ Christian Z. Goering/P. L. Thomas, An Introduction. Can Critical Media Literacy Save Us?, in: Dslb. (Hrsg.), *Critical Media Literacy and Fake News in Post-Truth America*, Leiden 2018, S. 1–6, hier S. 2.

³¹ Seth Ashley, *News Literacy and Democracy*, New York-London 2020, S. 4.

³² Julia Gindl, Unwort Medienkompetenz, in: *matrix – computer & neue medien*, Ö1, 12.4.2021, [<https://oe1.orf.at/artikel/682320/Unwort-Medienkompetenz>], eingesehen 12.7.2021.

Lösungsmittel für verschiedene Herausforderungen rund um die Digitalisierung und den Medienwandel.

Ähnlich heterogen sind die Vorstellungen von Medienkompetenz in der Fachliteratur der Medienpädagogik selbst. Abgesehen von oft oberflächlich ausgetragenen Debatten über die Anforderungen an kompetentes und verantwortungsvolles Medienhandeln gibt es eine Reihe von Konzepten und Modellen. An dieser Stelle sei lediglich auf einige wenige Kompetenzbegriffe verwiesen. Während im deutschsprachigen Raum der Begriff der Medienkompetenz vorherrschend ist, ist in anglo-amerikanischen Fachkreisen meist die Rede von (*critical*) *media literacy*³³ oder – mit einem Fokus auf Informationsherstellung und den Nutzen von Nachrichten für eine Demokratie – *news literacy*³⁴. Bisweilen ist auch *digital literacy*³⁵ als Konzept anzutreffen. Innerhalb des DACH-Raumes ist nach wie vor das Werk von Dieter Baacke essentiell.³⁶ Laut ihm bedeutet Medienkompetenz „grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit, in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen“.³⁷ Es geht somit um die Teilnahme und Teilhabe in der Gesellschaft auf der Basis von Medien. Sein Modell besteht aus vier Dimensionen: Medienkunde, Medienkritik, Mediennutzung und Mediengestaltung. Diese wurden in der Folge immer wieder aufgegriffen und bildeten die Grundlage für andere Konzepte.³⁸ Erstens umfasst Medienkritik die analytische, reflexive und ethische Auseinandersetzung mit kontroversen sozialen Entwicklungen. Zweitens behandelt Medienkunde das Wissen über die Medienlandschaft und verschiedene Mediensysteme. Baacke nennt zum Beispiel die Kenntnis des dualen Rundfunksystems oder die Arbeitsweise von Journalist*innen. Drittens zielt die Mediennutzung auf das rezeptive und das interaktive Handeln mit Medien ab, etwa mit unterschiedlichen Programmen oder Internetangeboten umgehen zu können. Die Mediengestaltung ist, viertens, die Fähigkeit, Medien innovativ und kreativ einsetzen und dadurch die Kommunikation weiterentwickeln zu können.³⁹ Mit den vier Dimensionen lieferte Baacke ein übersichtliches und konkretes Modell. Aus diesem Grund ist

³³ vgl. Goering/Thomas, *Critical Media Literacy*.

³⁴ vgl. Ashley, *News Literacy*.

³⁵ Kristin Narr/Christian Friedrich, *Medienkompetenz und Digital Literacy*, in: Bundeszentrale für Politische Bildung, 22.02.2021, [<https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/politische-bildung-in-einer-digitalen-welt/324982/medienkompetenz-und-digital-literacy>], eingesehen 12.7.2021.

³⁶ vgl. zur Rezeption etwa Alessandro Barberi, *Von Kompetenz, Medien und Medienkompetenz*. Dieter Baackes interdisziplinäre Diskursbegründung der Medienpädagogik als Subdisziplin einer sozialwissenschaftliche orientierten Kommunikationswissenschaft, in: Christine Trültzsch-Wijnen (Hrsg.), *Medienpädagogik. Eine Standortbestimmung*, Baden-Baden 2017, S. 143–162.

³⁷ Baacke, *Medienkompetenz*, S. 119.

³⁸ vgl. Süß et al., *Medienpädagogik*, S. 114.

³⁹ Baacke, *Medienkompetenz*, S. 120.

es für die vorliegende Arbeit von großer Bedeutung. Folglich geht es darum herauszuarbeiten, wie Journalist*innen mit ihrem subjektiven Verständnis des Bildungsauftrages einen Beitrag zur Förderung von Medienkompetenz leisten.

2.3 Medienbildung zwischen Schule und Gesellschaft

Es steht außer Zweifel, dass Medienkompetenz im 21. Jahrhundert als Schlüsselqualifikation gilt. Die entscheidende Frage ist jedoch, wie und in welchem Rahmen sie gefördert wird. Wessen Aufgabe ist es in unserer heutigen viel zitierten „Mediengesellschaft“, einen kompetenten Umgang mit Medien zu fördern? Allgemein ist das Handlungsfeld, in welchem es um die Vermittlung von Medienkompetenz geht, als Medienbildung zu verstehen. Welche gesellschaftlichen Institutionen oder Player im weitesten Sinne können somit als Teil der Medienbildung angesehen werden?

Seit 1973 gibt es in Österreich den Grundsatzterlass Medienerziehung.⁴⁰ Dieser bildet die Basis für das im österreichischen Lehrplan verankerte Unterrichtsprinzip Medienbildung. Als solches gibt es kein eigenes Unterrichtsfach. Stattdessen sind alle Lehrpersonen verpflichtet, darauf mit medienpädagogischen Inhalten „fachspezifisch Bedacht zu nehmen“.⁴¹ Wie Anu Pöyskö von der österreichischen Initiative Medienbildung JETZT! in einer Bilanz im Jahr 2017 kritisierte, sei eine flächendeckende Verankerung des Grundsatzterlasses noch in weiter Ferne.⁴² Mittlerweile gibt es für Schulen der Sekundarstufe I, das heißt in der Regel bei Schüler*innen im Alter von zehn bis 14 Jahren, die verbindliche Übung „Digitale Grundbildung“.⁴³ Offiziell nimmt die Schule damit zumindest für jüngere Schüler*innen die Notwendigkeit der verstärkten Medienbildung wahr. Inwiefern die Umsetzung der Digitalen Grundbildung in der Praxis aussieht, ist eine andere Frage. Jedenfalls ist die Schule als zentrale Bildungseinrichtung ein essentieller Umschlagplatz für Medienbildung.

Allgemein gilt die Medienpädagogik in der Tradition von Baacke als inter- und transdisziplinäres Querschnittsthema.⁴⁴ Insofern eignet sie sich ganz besonders dafür, verschiedene Gesellschaftsbereiche zu integrieren und auf einer breiten Basis vermittelt zu

⁴⁰ Anu Pöyskö, Medienbildung in Bildungsdiskursen – zentral und marginal zugleich. Die österreichische Vernetzungsinitiative Medienbildung JETZT! zieht Bilanz, in: Christine Trültzsch-Wijnen (Hrsg.), Medienpädagogik. Eine Standortbestimmung, Baden-Baden 2017, S. 193–204, hier S. 197.

⁴¹ Bundesministerium für Bildung und Frauen, Unterrichtsprinzip Medienerziehung – Grundsatzterlass, Wien 2014, S. 5.

⁴² Pöyskö, Medienbildung, S. 197.

⁴³ Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Digitale Grundbildung, o.D., [<https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/zrp/dibi/dgb.html>], eingesehen 13.7.2021.

⁴⁴ vgl. Barberi, Kompetenz, S. 157.

werden. Laut Süss et al. belaufe sich Medienbildung nicht nur auf formale Lehr- und Lernsettings. Die Familie und außerschulische Institutionen seien ebenfalls wichtig.⁴⁵ Die Rolle von Journalist*innen in der Medienbildung wird dabei meist ausgeklammert. So ist es auffällig, dass Theo Hug in einer Aufzählung der Erscheinungsformen von Medienpädagogik journalistische Medien und Akteur*innen *expressis verbis* nicht erwähnt.⁴⁶ Dabei unterliegen auch journalistische (Qualitäts-)Medien wie zum Beispiel der ORF einem „Bildungsauftrag“. Interessanterweise kamen Brites und Pinto in mehreren Interviews mit Medienmacher*innen zu dem Ergebnis, dass diese ein schwieriges Verhältnis zu *media* bzw. *news literacy* pflegten. Sie würden zwar auf die Notwendigkeit der Förderung von Medienkompetenz verweisen, aber kaum eine eigene Rolle in diesem Prozess identifizieren.⁴⁷ Schließlich gehörten medienpädagogische Projekte nicht zum Kerngeschäft der Nachrichtenindustrie.⁴⁸

Bei näherer Betrachtung gab es in den vergangenen Jahren aber eine Entwicklung hin zu mehr Initiativen, bei denen Journalist*innen als Akteure *sui generis* sowie Nachrichtenmedien als Lernorte innerhalb der Medienbildung zur Geltung kamen. Zum einen sind hier etwa freie, nicht-kommerzielle Radios als Multiplikatoren der handlungsorientierten Mediengestaltung zu nennen. Mit ihrem auf Niederschwelligkeit, Gemeinnützigkeit und Partizipation angelegten Leitbild stellen sie Fortbildungen und Trainingsräume für Medienproduktion bereit.⁴⁹ Auch in klassischen Nachrichtenmedien werden medienpädagogische Initiativen immer sichtbarer. Im Jahr 2007 gab es beispielsweise die Aktion „ZIB macht Schule“. Redakteur*innen der *Zeit im Bild* (ORF) besuchten Klassen und informierten über ihren Beruf und die tägliche Berichterstattung. Laut *Presse*-Artikel wollte der ORF damit seinen Bildungsauftrag wahrnehmen.⁵⁰ Im Jahr 2021 ist kein vergleichbares Vermittlungsprogramm des ORF auffindbar. Hingegen scheint es auf das individuelle Engagement von Personen anzukommen. Der *ZIB2*-Moderator Armin Wolf etwa macht auf Twitter immer wieder auf seine Schulbesuche aufmerksam.⁵¹ Auch Journalist*innen wie Ingrid Brodnig treten bei Fortbildungen und

⁴⁵ Süss et al., *Medienpädagogik*, S. 126.

⁴⁶ Hug, *Herausforderungen*, S. 13.

⁴⁷ Maria José Brites/Manuel Pinto, *Is there a role for the news industry in improving news literacy?*, in: *Media Education Research Journal* 7 (2017) Nr. 2, S. 29–46, hier S. 30.

⁴⁸ Ebd., S. 38.

⁴⁹ Verband freier Rundfunk Österreich, *Charta des freien Rundfunks Österreichs*, Fassung 2020, [<https://www.freier-rundfunk.at/charta.html>], eingesehen 13.7.2021.

⁵⁰ *Die Presse*, *Bildungsauftrag: ORF schickt „ZIB“-Moderatoren in Schulen*, 30.10.2007, [<https://www.diepresse.com/340127/bildungsauftrag-orf-schickt-zib-moderatoren-in-schulen>], eingesehen 13.7.2021.

⁵¹ Armin Wolf, Twitter, 25.10.2019, [<https://twitter.com/ArminWolf/status/1187686682675630080>], eingesehen 13.7.2021; Dslb., Twitter, 20.4.2018, [<https://twitter.com/ArminWolf/status/987332744094142464>], eingesehen 13.7.2021.

Webinaren auf.⁵² Eine erhöhte Aufmerksamkeit für das Thema innerhalb der Medienwelt selbst unterstreichen auch Publikationen wie *Informiert euch!* von Nina Horaczek und Sebastian Wiese.⁵³ Mit der Behandlung von Fragen wie „Was sind Medien?“ oder „Was machen Journalisten den ganzen Tag?“ leisten sie einen Beitrag zur Medienbildung. An einer anderen Stelle betonte Clemens Pig, CEO der Austria Presse Agentur (APA), die Notwendigkeit, dass Qualitätsmedien auch Medienkompetenz vermitteln und junge Menschen – zum Beispiel in einem Medialab – aktiv einbeziehen sollten.⁵⁴ Ein Bewusstsein für die Rolle von Journalist*innen für die Medienbildung scheint branchenintern definitiv vorhanden zu sein.

Darüber hinaus gibt es im deutschsprachigen Raum zahlreiche Initiativen, welche eine Brücke zwischen Bildungseinrichtungen und dem Journalismus schlagen. Hier sind etwa Vereine und Projekte wie „MISCHA – Medien in Schule und Ausbildung“ (ehemals „Zeitung in der Schule“) in Österreich, „Journalismus macht Schule“ in Deutschland oder das europaweite „Lie Detectors“ zu nennen. Sie stellen verschiedene Unterrichtsmaterialien rund um die Medienlandschaft oder redaktionelles Arbeiten bereit und vermitteln Journalistenbesuche.⁵⁵ In der Medienpädagogik folgen solche Angebote einem aufklärerischen Ansatz. Laut Süß et al. geht es darum, die Arbeit von Medien transparent zu gestalten und ein Lernen *über* Journalismus zu ermöglichen.⁵⁶ Mit dem Besuch von Journalist*innen an Schulen einerseits sowie den Besuchen von Schulen in Medienunternehmen andererseits gibt es eine doppelte Öffnung: eine nach innen gewandte als Einladung zum Blick hinter die Kulissen und eine nach außen als Zugehen auf das Publikum. An der Schnittstelle zwischen Journalismus und Schule übernehmen die angesprochenen Projekte damit eine wichtige Funktion.

Für die verschiedenen skizzierten Strömungen bildet das Konzept der *journalistic media education* (JME) den theoretischen Rahmen. Maarit Jaakkola befasst sich in ihrem Aufsatz aus dem Jahr 2020 mit der titelgebenden Rolle von „Journalists as Media Educators“. Ihr zufolge habe der Journalismus im Kontext der Medienbildung bisher wenig Aufmerksamkeit erfahren.⁵⁷ In einem inklusiven Zugang überbrückt sie die Grenzen zwischen Journalismus und

⁵² weitklick, Webinar: Die Arbeit hinter den Schlagzeilen, 9.7.2021, [<https://www.weitklick.de/blog/webinar-die-arbeit-hinter-den-schlagzeilen>]; eingesehen 15.7.2021.

⁵³ Nina Horaczek/Sebastian Wiese, *Informiert euch! Wie du auf dem Laufenden bleibst, ohne manipuliert zu werden*, Wien 2018.

⁵⁴ Clemens Pig, Grußworte zur Eröffnung des Medientags 2019, in: Katharina Gallner-Holzmann/Theo Hug/Günther Pallaver (Hrsg.), *Jugendliche Mediennutzung und die Zukunft des Qualitätsjournalismus*, Innsbruck 2020, S. 17–21, hier S. 19f.

⁵⁵ MISCHA – Medien in Schule und Ausbildung, [mischaco.at]; Journalismus macht Schule, [journalismus-macht-schule.org]; Lie Detectors, [lie-detectors.org], alle eingesehen 13.7.2021.

⁵⁶ Süß et al., *Medienpädagogik*, S. 96f.

⁵⁷ Jaakkola, *Journalists*, S. 2.

Medienpädagogik und konzeptualisiert die Medienindustrie ähnlich wie etwa Museen als Teil einer „organisational public pedagogy“.⁵⁸ Sie entwirft drei Formen von journalistischer Medienbildung (JME) durch journalistische Akteur*innen. „On journalism“ umfasse erstens die Aufklärung über die eigene Arbeit, beispielsweise durch Vorträge, Lernmaterialien oder Schulbesuche. „In journalism“ sei zweitens die didaktische Aufbereitung und Behandlung der Meta-Ebene des Journalismus innerhalb des eigenen redaktionellen Outputs, das heißt eine Art Berichterstattung wie in Medienmagazinen mit Hintergründen zur Entstehung von Geschichten.⁵⁹ Schließlich führt sie JME „via journalism“ als dritte Form an. Dabei werden journalistische Kompetenzen durch die Aktivierung des Publikums in partizipativen Lernsettings erprobt und angeeignet.⁶⁰ Hier steht die Medienproduktion selbst im Vordergrund, was sich im Sinne eines handlungsorientierten Ansatzes mit dem bereits angesprochenen Begriff des „Prosumenten“⁶¹ verbinden lässt. Das Konzept der JME liefert letztlich einen konkreten Rahmen für die Behandlung der Tätigkeitsfelder von Journalist*innen in der Medienpädagogik und erlaubt es, die beiden Sphären von Medien und Bildung zu verknüpfen.

2.4 Der journalistische Bildungsauftrag

Mit dem Aufkommen neuer Medien und gleichzeitig neuer gesellschaftlicher Herausforderungen gibt es stets unterschiedliche Antworten zum Umgang damit. Während kulturpessimistische Zugänge in der Regel eine pauschale Verurteilung und Ablehnung der Medienangebote nahelegen, betonen andere das Bildungspotential und die Kraft der Innovation. Das zeigt sich in der Mediengeschichte anhand des Aufkommens des Radios Anfang der 1920er Jahre, über das Bertolt Brecht festhielt: „Kunst und Radio sind pädagogischen Absichten zur Verfügung zu stellen.“⁶² In ähnlicher Weise wurde in den 1950er Jahren beim Fernsehen eine „volkspädagogische Aufgabenstellung“ als Reaktion auf die Verbreitung dieses Massenmediums erkennbar.⁶³ Im 21. Jahrhundert scheint sich dies stark geändert zu haben. In ihrer Dissertation über das Verständnis des Bildungsauftrages bei TV-Journalist*innen aus dem Jahr 2017 spricht Kirsten Minder davon, dass Bildung als Kategorie

⁵⁸ Ebd., S. 5.

⁵⁹ Vgl. zum Beispiel die Ö1-Sendung *doublecheck* von Stefan Kappacher und Nadja Hahn, [<https://oe1.orf.at/collection/632589>], das Medienressort des *Standard* [<https://www.derstandard.at/etat>], oder *ZAPP*, das NDR-Medienmagazin, [https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/wir_ueber_uns/index.html], alle eingesehen 15.7.2021.

⁶⁰ Ebd., S. 8–12.

⁶¹ Süß et al., *Medienpädagogik*, S. 100.

⁶² Bertolt Brecht, *Über Verwertungen*, in: *Gesammelte Werke*. Band 18, Frankfurt a.M. 1967, S. 124–125, hier S. 124..

⁶³ Knut Hickethier, *Geschichte des deutschen Fernsehens*, Stuttgart–Weimar 1998, S. 66.

in deren professionellen Handeln nicht präsent sei.⁶⁴ Stattdessen liege ein von Distanz geprägtes Verhältnis vor. Der Bildungsauftrag sei nur als „impliziter Wissensbestand“ vorhanden.⁶⁵ Demnach scheinen didaktische oder erzieherische Ansätze im Journalismus kaum Geltung zu besitzen.

Gemeinhin gilt es im Journalismus eher als Kernaufgabe, über aktuelle Vorgänge oder Themen zu informieren⁶⁶ anstatt Bildung zu fördern. Dennoch wird nicht zuletzt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein eigener Bildungsauftrag zugeschrieben. In diesem Zusammenhang ist häufig von einem „Public Value“ zu hören. Im Gegensatz zu privaten Medien stehe der öffentliche Rundfunk in besonderer Verantwortung für die demokratische Gesellschaft, indem er einem spezifischen Auftrag unterliege und einen „Mehrwert“ bringen müsse.⁶⁷ Dieser Auftrag ist in Österreich im ORF-Gesetz festgeschrieben. Allgemein wird unter §4, dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag, eine Vielzahl an Themen vorgegeben. Laut Gesetz habe der ORF in seinen Programmen beispielsweise für „1. die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen“ zu sorgen.⁶⁸ Bemerkenswerterweise kommt der Begriff des „Bildungsauftrages“ dort gar nicht vor. Bildung hingegen wird explizit in Punkt 13 mit der „Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung unter besonderer Beachtung der Schul- und Erwachsenenbildung“ angeführt.⁶⁹ Zwar gibt es damit einen deutlichen Bezug zum klassischen Bildungsbereich und zum Journalismus als Vermittler von bildungsrelevanten Themen. Der Komplex rund um Medien oder Digitalisierung als eigenständiger Bereich ist aber nicht existent. Ansätze von Medienbildung stellen somit im Kernauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eine Leerstelle dar.

Mit dem Diskurs um den Medienwandel und Medienkompetenz gab es innerhalb und außerhalb des ORF in den vergangenen Jahren einen Bewusstseinswandel. Einerseits zeigt sich dies in der Selbstreflexion des Rundfunks, konkret in der Veranstaltungsreihe des „DialogForums“. Unter dem Eindruck der digitalen Transformation machte der ORF in zahlreichen Gesprächen und

⁶⁴ Kirsten Minder, Bildung als Auftrag. Eine qualitative Studie zum Verständnis von Bildungsauftrag und Bildungsbegriff bei Fernsehjournalisten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Diss., Magdeburg 2017, [https://opendata.uni-halle.de/bitstream/1981185920/11252/1/Minder_28.09.17_NEU_03_final_mh.pdf], S. 20 bzw. 43.

⁶⁵ Ebd., S. 196.

⁶⁶ Jan-Hinrik Schmidt, Social Media, Wiesbaden 2018², S. 60.

⁶⁷ Konrad Mitschka/Klaus Unterberger, Vorwort. Medienqualität im Auftrag der Gesellschaft, in: Dslb. (Hrsg.), Public Open Space. Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien, Wien 2018, S. 3–7, hier S. 6.

⁶⁸ §4 Öffentlich-rechtlicher Kernauftrag, Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-Gesetz), Fassung vom 13.7.2021, [<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>].

⁶⁹ Ebd.

Diskussionen mit Expert*innen aus verschiedenen Fachrichtungen klar, dass sich der Bildungsauftrag sowie der Journalismus als Ganzes verändern müssen. So betonte die Journalistin Melisa Erkurt in einer Bilanz die Notwendigkeit des ORF, Medienkompetenz auch als Auftrag zu verstehen.⁷⁰ Andererseits spricht sich auch die Vernetzungsinitiative Medienbildung JETZT! für eine Berücksichtigung von „Medienpolitik und Medienbildung“ im öffentlich-rechtlichen Rundfunk aus.⁷¹ Nicht zuletzt sieht Bernhard Pörksen im Medienwandel der Digitalisierung einen Bildungsauftrag.⁷² Mit seiner Utopie der „redaktionellen Gesellschaft“ plädiert er dafür, „die Prinzipien eines ideal gedachten Journalismus zum Bestandteil der Allgemeinbildung“ zu machen.⁷³ Auf der Basis des skizzierten Medienkompetenz-Begriffes und der *journalistic media education* gibt es dafür konkrete Anknüpfungspunkte innerhalb der Medienpädagogik. Im empirischen Teil geht es nun darum, die Ergebnisse aus den Interviews mit den dargelegten Theorien zu verknüpfen.

⁷⁰ zukunft.orf.at, DialogForum: TransForm – Die Bilanz, 18.5.2021, [https://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=147&pvi_id=2348&pvi_medientyp=v&oti_tag=Dialogforum], eingesehen 13.7.2021, 05:12.

⁷¹ Medienbildung JETZT!, Forderungen, o. D., [https://www.medienbildungjetzt.at/petition], eingesehen 15.7.2021.

⁷² Pörksen, Gereiztheit, S. 188.

⁷³ Ebd., S. 189.

3. Empirischer Teil

3.1 Forschungsdesign

Die Leitfadeninterviews mit den Expert*innen zielten darauf ab, deren „Deutungswissen (subjektive Sichtweisen und Interpretationen)“⁷⁴ über das Verständnis ihres Bildungsauftrages und deren Rolle in der Vermittlung von Medienkompetenz zu erschließen. Aufgrund des Forschungsgegenstandes galten Journalist*innen als Expert*innen. Die folgende Tabelle gibt dabei eine Übersicht über die Interviewpartner*innen, deren beruflichen Status sowie die Erhebungen.

Name	Jahrgang	Bildungsgrad	Beruf	Datum	Art/Ort	Dauer
Lou Lorenz-Dittlbacher	1974	Hochschulkurs (Europa-journalismus)	Moderatorin <i>Zeit im Bild 2</i> , ORF-Innenpolitikjournalistin	28.5.2021	persönlich ORF-Zentrum Küniglberg, Wien	ca. 30 Minuten
Andreas Sator	1990	Hochschulstudium (Volkswirtschaft)	Journalist, Autor und Podcaster (<i>Erklär mir die Welt</i>)	20.5.2021	Online-Videokonferenz (Zoom)	ca. 1h10min

Tabelle 1: Übersicht Basisdaten Expert*inneninterviews

Die Interviews wurden auf der Basis der Leitfäden von Cornelia Helfferich⁷⁵ und Christiane Schmidt⁷⁶ geplant, durchgeführt und analysiert. Im Sinne der qualitativen Forschung ist es das Ziel, „subjektive Wahrheit und soziale Sinnstrukturen“ herzustellen und zwar stets mit der Einsicht, dass sich diese ständig verändern können.⁷⁷

Die Auswahl der Expertin und des Experten erfolgte bewusst offen. Im Gegensatz zur Studie von Minder⁷⁸ mit dem Fokus auf Fernsehjournalist*innen gab es in der gegenständlichen Arbeit keine spezifisch zugeschnittene Berufsgruppe von Journalist*innen. Vielmehr wurde nach Personen gesucht, welche sich durch eine bestimmte Expertise, Erfahrung, Status sowie Präsenz im öffentlichen Diskurs auszeichnen. Wie bisher in der Untersuchung zum Ausdruck kam, bildet ein Verständnis von Journalismus die Grundlage, das mit „Qualitätsmedien“ verbunden werden kann. Das liegt vor allem an dem Umstand, dass diese Medien im Allgemeinen mit einem Bildungsauftrag assoziiert werden. Selbstverständlich wäre es auch eine Möglichkeit, Personen aus dem sogenannten „Boulevard“ danach zu befragen. In kritischer

⁷⁴ Robert Kaiser, *Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*, Wiesbaden 2014, S. 43.

⁷⁵ Cornelia Helfferich, *Leitfaden- und Experteninterviews*, in: Nina Baur/Jörg Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, Wiesbaden 2019, S. 669–686.

⁷⁶ Christiane Schmidt, *Analyse von Leitfadeninterviews*, in: Uwe Flick/Ernst von Kardorff/Ines Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, Reinbek bei Hamburg 2012, S. 447–456.

⁷⁷ Helfferich, *Experteninterviews*, S. 671.

⁷⁸ Minder, *Bildung*.

Hinsicht muss hier festgehalten werden, dass damit schon eine Vorauswahl getroffen und ein gewisses journalistisches Selbstbild vorausgesetzt ist. Doch letzten Endes liegt dies im Forschungsinteresse und in der Forschungsfrage begründet. Zusätzlich ist es in Österreich vor allem der ORF, welcher einem gesetzlichen Auftrag unterliegt. Aufgrund des öffentlich-rechtlichen Charakters ist dieser laufend Gegenstand von Evaluierungen. Beispielsweise wird im Jahresbericht ein Augenmerk auf die Umsetzung des Programmauftrages gelegt.⁷⁹ Des Weiteren ist anzumerken, dass der Verfasser dieser Arbeit im Frühjahr 2021 ein viermonatiges Praktikum in der *Zeit im Bild 2* im ORF in Wien absolvierte. So gab es eine gewisse beruflich bedingte Nähe zum Österreichischen Rundfunk sowie letztlich auch zur Interviewpartnerin Lou Lorenz-Dittlbacher. Dieser Umstand wurde als Chance wahrgenommen und für die Bearbeitung des vorliegenden Themas genutzt. Nicht zuletzt gilt der ORF in Österreich nach wie vor als eines der bedeutsamsten Medienunternehmen, was ebenfalls für einen Fokus darauf spricht.

Für die Interviews wurde ein Leitfaden angelegt. Dieser zielte als teilstrukturierte Orientierung mit offenen Fragen auf Erzählungen der interviewten Personen ab und gab Spielraum für Schwerpunktsetzungen. Die Interviews wurden mit einem Mikrofon aufgezeichnet und mit zeitlichem Abstand vollständig transkribiert.⁸⁰ Aufgrund der Zustimmung der Expert*innen war eine Anonymisierung nicht erforderlich. Thematisch zielten die Befragungen ausgehend vom journalistischen Selbstbild bzw. der Funktion von Journalismus auf den subjektiven Bildungsbegriff und darauf aufbauend auf den Topos des Bildungsauftrages ein. In weiterer Folge wurde dieses Verständnis in den Kontext der Digitalisierung und des Medienwandels gesetzt. Hier wurde danach gefragt, ob es eine bestimmte Rolle oder Verantwortung von Journalist*innen in der Vermittlung von Medienkompetenz bzw. in der Medienbildung allgemein gibt.

3.2 Auswertung und Interpretation

Zu Beginn ist mit einem kurzen Blick auf Tabelle 1 die Unterschiedlichkeit der beiden Interviews hervorzuheben. Auch in Bezug auf die Hintergründe und beruflichen Tätigkeiten der Interviewpartner*innen sind Abweichungen festzumachen. Das Interview mit Lou Lorenz-Dittlbacher war im Vergleich zu jenem mit Andreas Sator halb so lang. Es wurde etwas fokussierter geführt. Das lässt sich auch auf die Durchführung in Präsenz schließen, da die

⁷⁹ Österreichischer Rundfunk, Jahresbericht 2020, 3.5.2021, [<https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/jahresbericht2020.pdf>], eingesehen 14.7.2021;

⁸⁰ siehe Anhang.

Gesprächssituation im persönlichen Rahmen natürlicher verlief als in der Videokonferenz. Der berufliche Status ist für die Interpretation der Ergebnisse ebenfalls ein wesentlicher Faktor. Während Lou Lorenz-Dittlbacher die Moderatorin einer klassischen TV-Nachrichtensendung und Innenpolitikjournalistin im ORF ist, bewegt sich Andreas Sator als Journalist und Podcaster teilweise selbständig und teilweise angestellt bei der österreichischen Tageszeitung *Der Standard* in anderen (thematischen) Bereichen. Darüber hinaus weisen beide mit einem Hochschulkurs bzw. –Studium einen hohen Bildungsgrad auf. Auf einer allgemeinen Ebene spricht dies bereits für eine gewisse Affinität zum Bildungswesen bzw. für einen bestimmten Bildungshabitus. Vor dem Hintergrund der Frage des Bildungsauftrags ist dies bereits ein entscheidendes Merkmal.

In der Beschäftigung mit den transkribierten Interviews wurden aus dem Material heraus vier Kategorien gebildet. Die folgende Tabelle 2 stellt die Codierungen mit Stichworten zu diesen Kategorien im Sinne einer Materialübersicht nach Schmidt⁸¹ dar:

Kategorie	Andreas Sator (I2, AS)	Lou Lorenz-Dittlbacher (I1, LLD)
Selbst- und Rollenbild als Journalist*in bzw. von Journalismus	Z. 104–107 (Erklären als Aufgabe als Journalist) Z. 143–149 (nicht nur informieren, auch Auswege aufzeigen, „konstruktiver Journalismus“) Z. 159–161 (Transparenz und Offenheit) Z. 166–168 (Haltung)	Z. 47–48 (Kontrollfunktion) Z. 53–55 (Gegenposition) Z. 59–65 (Kontrolle durch Widerspruch, Zuschauer*innen vertreten) Z. 78–80 (Vermittlerin) Z. 101–106 (weniger erklären als erzählen, hinterfragen) Z. 359–363 (einordnen, Fragen stellen)
Bildungsverständnis, Bildungsauftrag und Journalismus	Z. 183–185 (Bildung als Handwerkszeug für das Leben) Z. 185–189 (Entscheidungen treffen) Z. 202–204 (gute Informationen durch Journalismus) Z. 260–262 (Bildungsauftrag bei ORF) Z. 264–267 (Informationen geben) Z. 277–280 (mit vielen Themen konfrontieren) Z. 290–292 (Podcast <i>Erklär mir die Welt</i>) Z. 296–303 (Aufklärung durch Medien) Z. 304–305 (Boulevardjournalismus) Z. 349–355 (Glaubwürdigkeit durch Transparenz) Z. 534–542 (Geschäftsmodell Journalismus und ökonomisches Interesse, Relevanz durch Bildungsauftrag)	Z. 141–145 (Bildung als Schlüssel zum Leben, Geschichte, Sprache) Z. 149–151 (Naturwissenschaften, Kunst, Kultur, Sport) Z. 193–197 (Themen fern vom Mainstream aufgreifen) Z. 207–210 (nicht nur auf Quote schauen) Z. 212–216 (Mut für Themen haben, z.B. Kultur) Z. 220–227 (Bildungsauftrag nicht wirklich präsent) Z. 238–239 (Bildungsauftrag hat sich nicht verändert)

⁸¹ Schmidt, Leitfadeninterviews, S. 454f.

Verständnis von Medienkompetenz	Z. 386–389 (Quellenkunde) Z. 407–409 (Vertrauen, Wissen) Z. 416–417 (Quellenkunde und Skepsis/Kritik)	Z. 181–185 (mit Sozialen Medien umgehen) Z. 246–252 (Journalismus und PR trennen können) Z. 256–259 (Bedeutung von Journalismus erkennen)
Rolle von Journalist*innen in der Medienpädagogik	Z. 363–368 (Schulbesuche) Z. 429–433 (Beispiel Florian Klenk, Kommunikation nach außen) Z. 449–463 (Journalismus muss nach außen gehen, in Diskurs treten, Beispiel Armin Wolf) Z. 471–477 (Podcast-Workshops) Z. 478–494 (Lie Detectors, Workshops) Z. 499–510 (Mehrwert von Schulbesuchen, Nachfrage, aber Schwierigkeiten wegen Schnittstellen/Vermittlung) Z. 521–526 (realistische Einschätzung, hohe Erwartungen, schwierig) Z. 529–532 (nicht alle geeignet, aber Versuch wichtig und gehört zum Job) Z. 551–553 (Journalist als Pädagoge)	Z. 289–292 (nahe an Schule herankommen, sind bereit) Z. 292–295 (ZIB macht Schule) Z. 307–309 (Beruf stärker erklären) Z. 313 (Lehrpläne) Z. 315–328 (Studio-Besuche als Vermittlung) Z. 333–338 (Bildungsauftrag, Rolle des Haushalts und der Schule in Medienerziehung)

Tabelle 2: Materialübersicht der Interviews nach Codierungen zu den Kategorien

Die oben bereits angedeuteten Unterschiede bei den Hintergründen und beruflichen Aufgaben der beiden Personen werden in der genaueren Auswertung und Interpretation umso deutlicher. So divergieren etwa in der ersten Kategorie die Wahrnehmung und das Rollenverständnis von Journalismus. Andreas Sator sieht seine Aufgabe im Erklären und im Aufzeigen von Auswegen. Es geht ihm darum, basierend auf der Vorstellung eines „konstruktiven Journalismus“ nicht nur zu informieren, sondern auch Lösungswege zu behandeln.⁸² Transparenz und Offenheit sowie das Einnehmen einer bestimmten Haltung sind für ihn wesentliche Prinzipien seiner Arbeit.⁸³ Für Lorenz-Dittlbacher ist die Kontrollfunktion des Journalismus, konkret die Kontrolle von Entscheidungsträger*innen das zentrale Element.⁸⁴ Mit ihrer Aufgabe als Interviewerin in der Sendung *Zeit im Bild 2* geht es ihr darum, durch eine „Gegenposition“ diese Kontrolle auszuüben sowie zwischen den Zuschauer*innen zu vermitteln bzw. diese zu vertreten.⁸⁵ Hier zeigt sich, dass bei Andreas Sator mit der Identifikation als Erklärer grundsätzlich eine Tendenz hin zur Bildungsfunktion und einem Bildungsauftrag vorhanden ist. Bei Lorenz-Dittlbacher ist hingegen das Hinterfragen und Vermitteln essentiell. Das liegt in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen begründet. Denn bei der *Zeit im Bild 2* handelt es sich um ein tagesaktuelles Nachrichtenformat mit Live-Interviews von Politiker*innen als Kernelement. In dieser kürzeren journalistischen Darstellungsform geht es somit mehr um die tagesaktuelle

⁸² Interview 2 Andreas Sator, Zeilen 104–107 bzw. 143–149 (=I2, AS, Z.104–107 bzw. 143–149).

⁸³ I2, AS, Z.159–161 u. 166–168.

⁸⁴ Interview 1, Lou Lorenz-Dittlbacher, Zeilen 47f. (=I1, LLD, Z.47f.).

⁸⁵ I1, LLD, Z. 59–65.

Information als um tiefere Behandlung von Themen und Bildung, was im Gegensatz zu längeren Artikeln oder Podcast-Episoden wie bei Andreas Sator eher der Fall sein kann. Die unterschiedlichen Tätigkeitsbereiche der Interviewpersonen begründen demnach unterschiedliche Rollenzuschreibungen.

Dies spiegelt sich auch in der Einordnung von Bildung sowie des Bildungsauftrags im Journalismus wieder. Allgemein sehen beide Interviewpartner*innen Bildung als enorm wichtig für die Bewältigung des Lebens an („Bildung als Handwerkszeug“⁸⁶ bzw. „Bildung als Schlüssel“⁸⁷). Der Bildungsauftrag im Journalismus wird zwar ähnlich bewertet, spielt in der täglichen Arbeit jedoch weniger eine Rolle. So wird der Bildungsauftrag vorrangig damit verbunden, dass Themen – insbesondere beim ORF – vielfältig ausgewählt und ausgewogen beleuchtet werden sollen, um umfassend zu informieren. Lorenz-Dittlbacher verbindet dies explizit mit einem „Mut“ für Themen fern vom Mainstream ohne Fixierung auf eine Einschaltquote.⁸⁸ In ihrer täglichen Arbeit sei dieser Auftrag aber kaum präsent. Vielmehr liege er unterbewusst vor.⁸⁹ Für Sator hingegen ist ein Bildungsauftrag von großer Bedeutung. Nicht zuletzt sei die Idee hinter seinem Podcast *Erklär mir die Welt*, Bildung und Aufklärung zu vermitteln.⁹⁰ Insgesamt sieht er die Aufklärung durch Medien für ein großes Publikum als unumgängliche Aufgabe.⁹¹ Dadurch ist ersichtlich, dass der klassische tagesaktuelle Journalismus mit dem Fokus auf schnelle Information seinen Bildungsauftrag anders wahrnimmt als etwa ein längerer mono-thematischer Podcast ohne fixe Sendefläche und zeitliche Einschränkungen. Bei ersterem ist ein pädagogisch-didaktisches Verständnis somit kaum präsent.

Was bedeutet dies schließlich für die Rolle der Journalist*innen in der Medienbildung? Ein eng gefasster Bildungsauftrag wird in erster Linie nicht mit einer medienpädagogischen Funktion verbunden. In der weiteren Behandlung von Themen wie Medienkompetenz oder der expliziten Frage nach dem Zusammenhang von Journalismus und Medienbildung wird jedoch eines ersichtlich: Außerhalb ihrer eigentlichen Tätigkeit, d. h. dem Verfassen von Texten oder dem Moderieren von Sendungen, ist die Vermittlung von Medienkompetenz den Journalist*innen ein Anliegen. Die Bereitschaft zur Teilnahme an der Vermittlung von Medienkompetenz besteht zweifellos.⁹² So liegen unterschiedliche Ansätze und Erfahrungswerte mit

⁸⁶ I2, AS, Z. 183–185.

⁸⁷ I1, LLD, Z. 141–145.

⁸⁸ Ebd., Z. 192–197 u. 207–210.

⁸⁹ Ebd., Z. 220–227.

⁹⁰ I2, AS, Z. 290–292.

⁹¹ Ebd., Z. 296–303.

⁹² I1, LLD, Z. 289–292; I2, AS, Z. 449–463.

medienpädagogischen Initiativen vor. Zum Beispiel verweist Andreas Sator auf Schulbesuche, in denen er Podcast-Workshops oder Faktencheck-Übungen durchführte.⁹³ Lou Lorenz-Dittlbacher erzählt ebenfalls von Studiobesuchen von Schulklassen oder von der bereits angesprochenen Aktion „ZIB macht Schule“.⁹⁴ Insofern gibt es ein Bewusstsein um die eigene Rolle und den Nutzen in der Medienbildung. Allerdings wird diese nicht im Rahmen eines medienpädagogischen Selbstverständnisses artikuliert oder reflektiert. Ein Wissen um das Potential von Journalismus in der Medienbildung sowie die Bereitschaft, dieses zu entfalten, sind gegeben.

Gleichzeitig sind die Grenzen des Machbaren bei den Befragten erkennbar. Sator betont, dass nicht alle Journalist*innen geeignet seien, vor Schulklassen zu sprechen oder überhaupt immer die Zeit dafür hätten.⁹⁵ Auch seien Vermittlungsstellen für die Organisation dieser Tätigkeiten wichtig.⁹⁶ In ähnlicher Weise unterstreicht Lorenz-Dittlbacher die erzieherische Funktion der Familie und der Schule hinsichtlich der Mediennutzung.⁹⁷ Hier kommen als Relativierung die Rückbesinnung auf die Kernaufgabe von Journalist*innen hervor und der Eindruck, dass vorwiegend andere soziale Räume für die Medienbildung verantwortlich sind. In der weiteren Diskussion ist es daher essentiell, das Spannungsverhältnis zwischen Ideal und Realität zu berücksichtigen.

3.3 Diskussion und Theoretisierung

Inwiefern können die Ergebnisse der Interviews mit den in dieser Arbeit vorgestellten Theorien verknüpft werden? Dafür ist einerseits das Medienkompetenz-Modell von Baacke und andererseits das Konzept der *journalistic media education* nach Jaakkola bedeutsam. Beim subjektiven Verständnis der Befragten dominieren Ansichten von Medienkompetenz, welche im Wesentlichen Medienkunde und Medienkritik nach Baacke entsprechen. Während Sator die Quellenkunde und Quellenkritik hervorhebt⁹⁸, ist es bei Lorenz-Dittlbacher die Fähigkeit, die Bedeutung von Journalismus zu erkennen und ihn von PR und anderen Interessen unterscheiden zu können.⁹⁹ In Ansätzen sind auch Aspekte von Mediennutzung oder Mediengestaltung vorhanden. Erstere zeigt sich etwa im Verweis auf Social Media und

⁹³ I2, AS, Z. 471–494.

⁹⁴ I1, LLD, Z. 292–295 u. 315–328.

⁹⁵ I2, AS, Z. 521–526 u. 529–532.

⁹⁶ Ebd., Z. 499–510.

⁹⁷ I1, LLD, Z. 333–339.

⁹⁸ I2, AS, Z. 407–409 u. 416f.

⁹⁹ I1, LLD, Z. 246–252 u. 256–259.

Verschwörungstheorien.¹⁰⁰ Letztere kommt bei Andreas Sator und den angesprochenen Podcast-Workshops zum Vorschein.¹⁰¹ Entgegen dem öffentlichen Diskurs weisen die Befragten damit nicht nur ein floskelhaftes Verständnis von Medienkompetenz als „pädagogische Allerweltsformel“¹⁰² auf. Zwar wird es nicht als differenziertes, komplexes Konzept wie innerhalb der Medienpädagogik wahrgenommen. Dennoch umfasst es den reflektierten Umgang mit Quellen, ein kritisches Bewusstsein in der Mediennutzung und das Wissen über Journalismus als Teil des Mediensystems. Dies ist insofern interessant, als es die Grundlage für deren journalistisch-medienpädagogisches Handeln bildet.

Des Weiteren ist es entscheidend, dass ein spezifischer Bildungsauftrag bei den Journalist*innen eher passiv vorhanden ist. Dies deckt sich mit dem Ergebnis der qualitativen Studie von Kirsten Minder. Bildung ist somit kein zentraler Aspekt der journalistischen Arbeit. Ein Bildungsauftrag im Sinne eines pädagogisch aufgeladenen Selbstverständnisses ist wenigstens implizit vorhanden.¹⁰³ Dies trifft vor allem auf den tagesaktuellen Journalismus zu, da er *per definitionem* für schnelle Information und Einordnung des Tagesgeschehens verantwortlich ist. Tiefergehende Formate wie längere Podcasts oder Dokumentationen weisen hingegen einen größeren Bildungsanspruch auf. Dieser Form des Journalismus ist Andreas Sator mit der Rolle des „Erklärers“ mehr zuzuordnen. Analog zum Studienergebnis von Brites und Pinto¹⁰⁴ sehen die Befragten die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz nicht in erster Linie als ihr Kerngeschäft an. Dennoch identifizieren sie im Gegensatz zu deren Befragung eine eigene Rolle in der Medienbildung. In kritischer Perspektive muss jedoch eine realistische Einschätzung dem Ideal gegenübergestellt werden. So kommt im Interview mit den Befragten eine gewisse Relativierung der von Pörksen geprägten Utopie der „redaktionellen Gesellschaft“ zum Ausdruck. Die von ihm normierte Pflicht von Redakteur*innen, „die Aufklärung über die eigene Branche als notwendigen Zweitjob“¹⁰⁵ zu betreiben, mag in der Realität nur schwer umsetzbar sein. Denn trotz aller medienpädagogischen Erwartungen an die Branche ist zu konstatieren, dass es sich beim Journalismus um ein schwieriges Berufsfeld mit oft prekären Arbeitsverhältnissen und hohem Zeitdruck handelt.

¹⁰⁰ I1, LLD, Z. 180–185.

¹⁰¹ I2, AS, Z. 471–477.

¹⁰² Sarcinelli, Medienkompetenz.

¹⁰³ vgl. Minder, Bildung, S. 196.

¹⁰⁴ Brites/Pinto, news industry, S. 38.

¹⁰⁵ Bernhard Pörksen, Die neue Macht des Publikums, in: Konrad Mitschka/Klaus Unterberger (Hrsg.), Public Open Space. Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien, Wien 2018, S. 38–49, hier S. 47.

Nichtsdestotrotz braucht es leicht zugängliche Angebote der Medienbildung mit dem Blick in die Medienpraxis, wie Pörksen selbst bereits forderte.¹⁰⁶ Im Kontrast dazu steht jedoch das Fehlen einer Art „Medienbildungsauftrag“ als Teilbereich des – am Beispiel des ORF – gesetzlich verankerten Kernauftrags. Einerseits ist der Ruf nach Medienkompetenz in der Gesellschaft und in der Branche des Journalismus laut. Andererseits wird der journalistische Auftrag *de jure* kaum mit Medienbildung verbunden. Neben den Themen Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Sport, Natur, Umwelt, Geschichte oder Wissenschaft gibt es keine Verpflichtung für Medienbildung als eigenständigen Bereich der Medienarbeit.¹⁰⁷ Der aufklärerische Ansatz in der Medienpädagogik nach Süss et al.¹⁰⁸ ist in der Definition des ORF-Auftrages praktisch inexistent. In anderen Worten ist die Form *in journalism* der journalistischen Medienbildung nach Jaakkola nicht vorhanden. Die Vermittlung von Medienkompetenz *innerhalb* der journalistischen Produkte gibt es im Programmauftrag nicht. Dieser Umstand kann mit der Initiative Medienbildung JETZT! und ihrer Forderung nach der Verankerung von „Medienpolitik und Medienbildung“ als Themen in den öffentlich-rechtlichen Medien¹⁰⁹ verknüpft werden.

Trotz dieses Fehlens nehmen die Befragten einen Auftrag in der Medienbildung wahr und erkennen eine klare Rolle. Die häufigste Form der journalistischen Medienbildung nach Jaakkola ist dabei *on journalism*.¹¹⁰ In der Gestalt von Vorträgen und Schulbesuchen bzw. Besuchen von Schüler*innen in den Redaktionen und TV-Studios treten die Interviewpartner*innen als Vermittler*innen von Medienkompetenz auf. Allerdings geschieht dies weniger vor einem professionell-reflektierten medienpädagogischen Hintergrund oder aus einem bewussten Selbstverständnis heraus. Dennoch erscheinen Journalist*innen damit im weitesten Sinne als Medienpädagog*innen, indem sie dem aufklärerischen Ansatz nach Süss et al.¹¹¹ folgen. So gibt es sowohl eine Öffnung nach innen zu den Orten des Journalismus als auch eine Öffnung nach außen hinein in die Gesellschaft und in die Schulen.

Darüber hinaus kamen in den Befragungen auch Ansätze einer handlungsorientierten Medienbildung zum Ausdruck. Süss et al. beschreiben die Förderung der Kreativität im Medienhandeln von Lernenden hin zum „Prosumenten“ als wichtigen Teilaspekt der Medienkompetenz.¹¹² Wie Andreas Sator erzählte, zielt er in seinen Podcast-Workshops

¹⁰⁶ Pörksen, Macht des Publikums, S. 47.

¹⁰⁷ §4 ORF-Gesetz.

¹⁰⁸ Süss et al., Medienpädagogik, S. 96f.

¹⁰⁹ Medienbildung JETZT!, Forderungen.

¹¹⁰ Jaakkola, Journalists, S. 8.

¹¹¹ Süss et al., Medienpädagogik, S. 96f.

¹¹² Ebd., S. 100f.

insbesondere auf diesen kreativen Aspekt ab.¹¹³ So wird einerseits der Dimension der Mediengestaltung nach Baacke und andererseits in der JME nach Jaakkola der Form *via journalism* Rechnung getragen. Dies basiert jedoch nur auf einzelnen Bemühungen. Ein dauerhaft institutionalisiertes, partizipativ ausgerichtetes journalistisches Medialab an der Schnittstelle zwischen Schulen und Redaktionen gibt es nicht. Ein solcher medienpädagogischer Lernort, wie ihn etwa der APA-CEO Clemens Pig in einer Rede andachte¹¹⁴, müsste erst aufgebaut werden.¹¹⁵

Abschließend ist noch auf den „dialogischen Journalismus“ von Bernhard Pörksen zu verweisen. Wie die Interviews mit Lorenz-Dittlbacher und Sator ergaben, ist deren Bereitschaft zur Vermittlung von Medienkompetenz – sei es in einem formellen oder informellen Setting – definitiv gegeben. Für Sator ist es die Verantwortung von Journalismus, „nicht nur da in unseren Redaktionskammern zu machen, sondern auch die Leute dran teilhaben zu lassen“.¹¹⁶ So gehöre es für ihn schlichtweg zum Beruf dazu, in diesen Dialog zu treten.¹¹⁷ Die Herausforderung dafür ist der Brückenschlag zwischen den Bereichen Medien und Bildung. Das heißt die Anknüpfung von der einen zur anderen Seite braucht Organisation und Kommunikation durch Dritte. Dafür können medienpädagogische Vereine als „Vermittlungsstellen“ fungieren, wie Sator sie mit Verweis auf „Lie Detectors“ bezeichnet.¹¹⁸ Diese Brückenfunktion können solche Projekte, zu denen auch „MISCHA“ oder „Journalismus macht Schule“¹¹⁹ gehören, einnehmen. Deren Angebot gilt es innerhalb der Medienpädagogik und im Journalismus in den Blick zu nehmen, um gemeinsam Medienbildung weiter zu denken und zu gestalten.

¹¹³ I2, AS, Z. 471–477.

¹¹⁴ Pig, Grußworte, S. 19.

¹¹⁵ In Ansätzen gab es im ORF während des ersten Corona-Lockdowns ab März 2020 mit der ORF1-Sendung *Freistunde* ein partizipativ angelegtes Format. Jede Woche nahmen unterschiedliche Lehrpersonen und Schulklassen an der Gestaltung von Beiträgen teil, vgl. dazu Kapferer, Journalismus auf Augenhöhe.

¹¹⁶ I2, AS, Z. 450f.

¹¹⁷ Ebd., Z. 531–532.

¹¹⁸ Ebd., Z. 502–505.

¹¹⁹ vgl. Kap. 2.3.

4. Schluss

Das Bild von Hugo Portisch vom Journalisten als „Erklärer der Welt“ mag aus der Warte des 21. Jahrhunderts auf den ersten Blick fremd wirken. Doch die Vermittlung von Bildung hat nach wie vor einen nicht zu vernachlässigenden Anteil im Journalismus. Das zeigt sich zum einen in der Vielfalt der journalistischen Formate von tagesaktueller Information bis zu hintergründigen und umfassenden Dokumentationen – sei es im Audio-, Video- oder Online-Bereich. Zum anderen ist der Bildungsauftrag bei (Qualitäts-)Medien und im allgemeinen öffentlichen Diskurs nicht wegzudenken.

In den Expert*inneninterviews zeigte sich, dass die befragten Journalist*innen ihren Bildungsauftrag unterschiedlich wahrnehmen. In erster Linie geht es dabei um die Behandlung von vielfältigen Themen und die ausgewogene Information. In ihrer täglichen Arbeit ist er zwar vorhanden, aber insgesamt nur wenig präsent. Vor allem im ORF-Gesetz mit seinem konkreten Programmauftrag gibt es rund um Medien oder Medienkompetenz als eigenständige Themen ein Vakuum. So fristet der Begriff des Bildungsauftrags ein ähnliches Dasein wie jener der Medienkompetenz: Er bietet eine Projektionsfläche für aktuelle gesellschaftliche Anforderungen und Interessen von Personen oder Institutionen. Wie die vorliegende Untersuchung zeigt, ist aber eine differenzierte und fokussierte Auseinandersetzung von höchster Relevanz, um die unterschiedlichen Strömungen einzuordnen und in einen umfassenderen Diskurs zu geben.

In erster Linie verbindet den konventionellen Bildungsauftrag mit der Medienpädagogik daher nur wenig. Journalist*innen sind keine Medienpädagog*innen. Ein eigens definierter „Medienbildungsauftrag“ ist etwa im ORF-Gesetz nicht vorhanden. Die Befragung zeigte aber, dass Journalist*innen wie Lou Lorenz-Dittlbacher oder Andreas Sator einen Willen und die Bereitschaft besitzen, sich im größeren Feld der Medienbildung einzubringen. Insofern können Medienmacher*innen aus dem Journalismus eine wichtige Rolle übernehmen. Sie können Multiplikator*innen und Bezugspersonen für die (außer-)schulische Medienpädagogik sein und neue Handlungsfelder sowie Lernorte eröffnen. Im Sinne der *journalistic media education* (Jaakkola) und dem Medienkompetenz-Modell nach Baacke beinhaltet die praktische Medienlandschaft vielfältige Überschneidungen. Diese reichen etwa von der Förderung von Medienkritik und einer aufklärerischen Medienkunde bis zur handlungsorientierten Mediengestaltung sowie der reflektierten Mediennutzung.

Dabei ist das Spannungsverhältnis zwischen Realität und Ideal stets zu berücksichtigen. Der Aufbau von dauerhaften Einrichtungen wie partizipativ angelegten „Medialabs“ an der

Schnittstelle zwischen dem Bildungsbereich und Medienunternehmen oder dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wäre jedoch ein konkretes Projekt. Darüber hinaus gilt es, den Austausch zwischen der Medienpädagogik auf der einen Seite und Vereinen wie „MISCHA“, „Journalismus macht Schule“ oder „Lie Detectors“ auf der anderen zu stärken. Mit der jeweiligen Perspektive und Expertise wäre ein gemeinsames und zeitgemäßes Lernen und Lehren *mit* und *über* Medien möglich. Als weiterführende Untersuchung wäre der Versuch einer Gesamtschau über solche Vermittlungsstellen und Bildungsangebote der *journalistic media education* ein relevantes Forschungsvorhaben.¹²⁰ Speziell die Analyse dieser Inhalte und die Wirkungsweise sowie Rezeption der Projekte zwischen Schule und Journalismus sind nicht länger zu vernachlässigen.

Schließlich bildet der „dialogische Journalismus“ in der „redaktionellen Gesellschaft“ (Pörksen) einen wesentlichen Anhaltspunkt und ein Leitprinzip für journalistisch-medienpädagogische Bemühungen. Darin könnte in Zukunft die Stärke der Medienpädagogik als politisches, soziales, ökonomisches und kulturelles Querschnittsthema liegen. Durch mehr Dialog zwischen Medien und Bildung können beide voneinander profitieren und den Horizont der eigenen Berufsgruppe erweitern. In letzter Konsequenz würde die gesamte „Mediengesellschaft“ der gesellschaftlichen Herausforderung gerecht werden und die Phänomene rund um Medienwandel und Digitalisierung in einer gemeinsamen Anstrengung konfrontieren.

¹²⁰ Einen kleinen Beitrag dazu möchte die Liste im Anhang leisten.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- Ashley, Seth, *News Literacy and Democracy*, New York-London 2020.
- Baacke, Dieter, Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel, in: Antje von Rein (Hrsg.), *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff*, Bad Heilbrunn 1996, S. 112–124.
- Barberi, Alessandro, Von Kompetenz, Medien und Medienkompetenz. Dieter Baackes interdisziplinäre Diskursbegründung der Medienpädagogik als Subdisziplin einer sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft, in: Christine Trültzsch-Wijnen (Hrsg.), *Medienpädagogik. Eine Standortbestimmung*, Baden-Baden 2017, S. 143–162.
- Brecht, Bertolt, Über Verwertungen, in: *Gesammelte Werke*. Band 18, Frankfurt a.M. 1967, S. 124–125.
- Brites, Maria José/Pinto, Manuel, Is there a role for the news industry in improving news literacy?, in: *Media Education Research Journal* 7 (2017) Nr. 2, S. 29–46.
- Brodnig, Ingrid, *Übermacht im Netz. Warum wir für ein gerechtes Internet kämpfen müssen*, Wien 2019.
- Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-Gesetz), Fassung vom 13.7.2021, [<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>].
- Bundesministerium für Bildung und Frauen, *Unterrichtsprinzip Medienerziehung – Grundsatzertlass*, Wien 2014.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, *Digitale Grundbildung*, o. D., [<https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/zrp/dibi/dgb.html>], eingesehen 13.7.2021.
- Dijck, José van, *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*, Oxford 2013.
- Ebenführer, Astrid, „Adieu, Hugo Portisch“, in: *Der Standard*, 30.04.2021, S. 41.
- Fuchs, Christian, *Soziale Medien und Kritische Theorie. Eine Einführung*, München 2019.
- Gärtner, Reinhold, *Basiswissen Politische Bildung*, Wien 2016.
- Gindl, Julia, Unwort Medienkompetenz, in: *matrix – computer & neue medien*, Ö1, 12.4.2021, [<https://oe1.orf.at/artikel/682320/Unwort-Medienkompetenz>], eingesehen 12.7.2021.
- Goering, Christian Z./Thomas, P. L., An Introduction. Can Critical Media Literacy Save Us?, in: Dslb. (Hrsg.), *Critical Media Literacy and Fake News in Post-Truth America*, Leiden 2018, S. 1–6.
- Haller, Günther, Hugo Portisch ist tot: Der Journalist, der uns die Welt erklärte, in: *Die Presse*, 1.4.2021, [<https://www.diepresse.com/5960224/hugo-portisch-ist-tot-der-journalist-der-uns-die-welt-erklarte>], eingesehen 8.7.2021.
- Helfferich, Cornelia, Leitfaden- und Experteninterviews, in: Nina Baur/Jörg Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, Wiesbaden 2019, S. 669–686.
- Hickethier, Knut, *Geschichte des deutschen Fernsehens*, Stuttgart–Weimar 1998.
- Horaczek, Nina/Wiese, Sebastian, *Informiert euch! Wie du auf dem Laufenden bleibst, ohne manipuliert zu werden*, Wien 2018.
- Hug, Theo, Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter – Zur Einführung, in: dslb. (Hrsg.), *Medienpädagogik. Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter*, Innsbruck 2018, S. 7–17.
- Jenkins, Henry, *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York 2006.

- Journalismus macht Schule, [<https://journalismus-macht-schule.org>], eingesehen 13.7.2021.
- Kaiser, Robert, *Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*, Wiesbaden 2014.
- Kampmann, Elisabeth/Schwering, Gregor, *Teaching Media. Medientheorie für die Schulpraxis – Grundlagen, Beispiele, Perspektiven*, Bielefeld 2017.
- Kapferer, Benedikt, *Journalismus auf Augenhöhe? Zwei Experteninterviews zum Verhältnis jugendlicher Mediennutzung und öffentlich-rechtlicher Rundfunk in digitalen Zeiten*, in: Katharina Gallner-Holzmann/Theo Hug/Günther Pallaver (Hrsg.), *Jugendliche Mediennutzung und die Zukunft des Qualitätsjournalismus*, Innsbruck 2020, S. 37–52.
- Koller, Guido, *Geschichte digital. Historische Welten neu vermessen*, Stuttgart 2016.
- Kübler, Hans-Dieter, *Prämissen und Paradigmen von Medienkritik. Versuch einer Kategorisierung*, in: Horst Niesyto/Heinz Moser (Hrsg.), *Medienkritik im digitalen Zeitalter*, München 2018, S. 15–31.
- Lie Detectors, [lie-detectors.org], eingesehen 13.7.2021.
- Maarit Jaakkola, *Journalists as Media Educators. Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work*, in: *Journalism Practice* (2020), S. 1–21.
- McLuhan, Marshall, *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*, Toronto 1962.
- Dslb., *The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century*, New York 1989.
- Medienbildung JETZT!, *Forderungen, o. D.*, [<https://www.medienbildungjetzt.at/petition>], eingesehen 15.7.2021.
- Milborn, Corinna/Breitenecker, Markus, *Change the Game. Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern*, Wien 2018.
- Minder, Kirsten, *Bildung als Auftrag. Eine qualitative Studie zum Verständnis von Bildungsauftrag und Bildungsbegriff bei Fernsehjournalisten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk*, Diss., Magdeburg 2017, [https://opendata.uni-halle.de/bitstream/1981185920/11252/1/Minder_28.09.17_NEU_03_final_mh.pdf].
- MISCHA – Medien in Schule und Ausbildung, [mischaco.at], eingesehen 13.7.2021.
- Mitschka, Konrad/Unterberger, Klaus, *Vorwort. Medienqualität im Auftrag der Gesellschaft*, in: Dslb. (Hrsg.), *Public Open Space. Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien*, Wien 2018, S. 3–7.
- Narr, Kristin/Friedrich, Christian, *Medienkompetenz und Digital Literacy*, in: Bundeszentrale für Politische Bildung, 22.2.2021, [<https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/politische-bildung-in-einer-digitalen-welt/324982/medienkompetenz-und-digital-literacy>], eingesehen 12.7.2021.
- Österreichischer Rundfunk, *Jahresbericht 2020*, 3.5.2021, [<https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/jahresbericht2020.pdf>], eingesehen 14.7.2021.
- Pig, Clemens, *Grußworte zur Eröffnung des Medientags 2019*, in: Katharina Gallner-Holzmann/Theo Hug/Günther Pallaver (Hrsg.), *Jugendliche Mediennutzung und die Zukunft des Qualitätsjournalismus*, Innsbruck 2020, S. 17–21.
- Pörksen, Bernhard, *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*, München 2018.
- Dslb., *Die neue Macht des Publikums*, in: Konrad Mitschka/Klaus Unterberger (Hrsg.), *Public Open Space. Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien*, Wien 2018, S. 38–49.

Pöyskö, Anu, Medienbildung in Bildungsdiskursen – zentral und marginal zugleich. Die österreichische Vernetzungsinitiative Medienbildung JETZT! zieht Bilanz, in: Christine Trültzsch-Wijnen (Hrsg.), Medienpädagogik. Eine Standortbestimmung, Baden-Baden 2017, S. 193–204.

Die Presse, Bildungsauftrag: ORF schickt „ZIB“-Moderatoren in Schulen, 30.10.2007, [<https://www.diepresse.com/340127/bildungsauftrag-orf-schickt-zib-moderatoren-in-schulen>], eingesehen 13.7.2021.

Sarcinelli, Ulrich, Medienkompetenz in der politischen Bildung, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 26.5.2002, [<https://www.bpb.de/apuz/25559/medienkompetenz-in-der-politischen-bildung>], eingesehen 12.7.2021.

Schmidt, Christiane, Analyse von Leitfadeninterviews, in: Uwe Flick/Ernst von Kardorff/Ines Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, Reinbek bei Hamburg 2012⁹, S. 447–456.

Schmidt, Jan-Hinrik, *Social Media*, Wiesbaden 2018².

Stalder, Felix, *Kultur der Digitalität*, Berlin 2016.

Süss, Daniel et al., *Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung*, Wiesbaden 2018.

Tillmann, Angela, Politische Medienbildung in digitalen Medienwelten, in: Theo Hug (Hrsg.), *Medienpädagogik. Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter*, Innsbruck 2018, S. 33–48.

Verband freier Rundfunk Österreich, *Charta des freien Rundfunks Österreichs*, Fassung 2020, [<https://www.freier-rundfunk.at/charta.html>], eingesehen 13.7.2021.

weitklick, Webinar: Die Arbeit hinter den Schlagzeilen, 9.7.2021, [<https://www.weitklick.de/blog/webinar-die-arbeit-hinter-den-schlagzeilen>]; eingesehen 15.7.2021.

Wilhelmer, Philipp, Hugo Portisch: Österreichs berühmtester Journalist ist tot, in: *Kurier*, 1.4.2021, [<https://kurier.at/kultur/medien/hugo-portisch-oesterreichs-beruehmtester-journalist-ist-tot/401336703>], eingesehen 8.7.2021.

Wolf, Armin, @arminwolf, 25.10.2019, Twitter, [<https://twitter.com/ArminWolf/status/1187686682675630080>], eingesehen 13.7.2021.

Dslb., @arminwolf, 20.4.2018, Twitter, [<https://twitter.com/ArminWolf/status/987332744094142464>], eingesehen 13.7.2021.

zukunft.orf.at, DialogForum: TransForm – Die Bilanz, 18.5.2021, [https://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=147&pvi_id=2348&pvi_medientyp=v&oti_tag=Dialogforum], eingesehen 13.7.2021.

Anhang

Liste von Angeboten der journalistischen Medienbildung¹²¹

1.) Vereine und Initiativen für den Austausch zwischen Journalist*innen und Schulen für Workshops und Besuche sowie mit Unterrichtsmaterial und Fortbildungen für Lehrpersonen und Schüler*innen:

- Bitte Was?! Kontern gegen Fake und Hass

<https://bitte-was.de>

- Lie Detectors

<https://lie-detectors.org/de/>

- Medien in die Schule

<https://www.medien-in-die-schule.de>

- MISCHA – Medien in Schule und Ausbildung (ehemals „Zeitung in der Schule“)

<https://mischa.co.at>

- Reporterfabrik – Webakademie des Journalismus

<https://reporterfabrik.org/reporter4you/>

- So geht Medien – Bayerischer Rundfunk/ARD und ZDF

<https://www.br.de/sogehmedien/index.html>

- weitklick – Das Netzwerk für digitale Medien- und Meinungsbildung

<https://www.weitklick.de>

2.) Journalistische Formate *über* Journalismus:

- @mediasres – das Medienmagazin, Deutschlandfunk

<https://www.deutschlandfunk.de/mediasres-das-medienmagazin.2934.de.html>

- Ö1 Doublecheck

<https://oe1.orf.at/collection/632589>

- *Der Standard* Etat – Medienressort

<https://www.derstandard.at/etat>

- Was mit Medien – der Medienpodcast

<https://wasmitmedien.de>

- ZAPP NDR-Medienmagazin

<https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/index.html>

¹²¹ Für eine ausführlichere Auflistung siehe auch Horaczek/Wiese, *Informiert euch*, S. 229–233.

1 **Transkript Interview Lou Lorenz-Dittlbacher**

2 **Interviewpartner:**

3 Lou Lorenz-Dittlbacher, Kürzel: I1LLD

4 **Datum:**

5 28.05.2021, persönlich im ORF Zentrum am Königlgberg; ca. 15-15:30 Uhr

7 **Anonymisierung: nicht erforderlich, Einverständnis eingeholt**

9 **Transkriptionsregeln:**

10 Personennamen und eindeutige Kernmerkmale werden ggf. anonymisiert

11 bei Sprecher/innenwechsel Leerzeile einfügen

12 HALLO Wort in Blockschrift geschrieben drückt Betonung aus

13 ... kürzere (Denk-)Pause

14 (...) längere Pause

15 I → Interviewer

16 P → Proband

17 (Wort ?) nicht ganz verständlich, vermuteter Wortlaut in Klammer mit Fragezeichen

18 [Wort] → Einfügung/Anmerkung des Verfassers

20 **Beginn Transkription**

22 I: Könntest du dich zu Beginn bitte kurz selber vorstellen?

24 P: Also mein Name ist Lou Lorenz-Dittlbacher. Ich bin 1974 in Wien geboren, ich bin
25 Journalistin, moderiere derzeit die ZIB2. Bin seit 1999 im ORF. Habe ursprünglich begonnen,
26 Lehramt zu studieren für Latein und Französisch und bin dann relativ bald in den
27 Journalismus abgeglitten und habe mich dort festgekrallt und mein Schwerpunkt ist
28 Innenpolitik.

30 I: Könntest du kurz deine eigene Mediennutzung beschreiben?

32 P: Viel zu viel. Also meine Mediennutzung beginnt in der Früh und endet am Abend. Ich
33 benütze Social Media natürlich, vorrangig also wenn ich Informationen haben will dann
34 Twitter. Ich habe im Prinzip alle großen Tageszeitungen abonniert, lese natürlich alle, also
35 zumindest quer, alle Magazine, *profil*, auch den *Spiegel*, *Falter*. Und Fernsehen natürlich
36 auch logischerweise aber Schwerpunkt auf den deutschsprachigen Raum, Schwerpunkt auf
37 Österreich. Ich beobachte logischerweise auch das, was die österreichische
38 Fernsehkonkurrenz macht. Also es ist ein sehr intensiver Medienkonsum, den man auch
39 selbst pädagogisch wenn ich das so sagen darf, auch selbst drosseln muss, weil sonst wird
40 es irgendwann einmal unangenehm wenn man einmal frei hat oder so.

42 I: Wenn wir so auf die Rolle von Journalismus zu sprechen kommen: Journalismus allgemein
43 hat sehr viele verschiedene Funktionen. Journalistinnen und Journalisten nehmen dabei sehr
44 unterschiedliche Rollen ein, wenn man sie mit unterschiedlichen Rollenbezeichnungen
45 beschreiben möchte. Wie siehst du deine eigene Rolle als Journalistin?

47 P: Also es ist nicht umsonst so, dass Journalismus auch als vierte Gewalt gesehen wird, also
48 Journalismus hat ganz bestimmt eine Kontrollfunktion. Es geht für mich auch darum, ich
49 habe die große Freude und das große Glück und die große Aufgabe, mit den Menschen
50 mich unterhalten zu dürfen, diese Menschen zu interviewen, die in Österreich
51 Entscheidungen treffen. Und zwar an wichtigen Schnittstellen, vom Bundespräsidenten über
52 die Bundesregierung bis zu den Oppositionsführerinnen und -führern. Und das ist eine

53 riesige Aufgabe. Vorrangig geht es für mich darum auch, eine Gegenposition einzunehmen.
54 Das ist eben die Natur eines kontroversiellen Interviews, sich auf die andere Seite zu stellen
55 und zwar bei allen gleich, sowohl bei der Opposition, als auch bei der Regierung. Das wird
56 dann von den Zuschauerinnen und Zuschauern nicht immer gleich so gesehen als ob das so
57 positiv wäre. Oder man versucht sich natürlich selber hineinzudenken und zu meinen „Das
58 ist aber meine Partei und zu denen ist sie so böse und zu denen ist sie so nett“ oder was
59 auch immer. Also es wird da viel auch herumgezimmert. Ich glaube, dass wir für unsere
60 Sendung in Anspruch nehmen gar zu 100%, dass wir einfach nur die Zuschauerinnen und
61 Zuschauer vertreten. Also, dass wir darauf aufpassen, dass das was serviert wird an
62 Lösungen, an Gesetzesvorlagen, an Vorschlägen, dass das sozusagen abgeklopft wird auf
63 Rechtmäßigkeit, auf Durchführbarkeit, auf Finanzierung. Dass man die handelnden
64 Personen mit Widersprüchen konfrontiert, natürlich alles im Rahmen einer normalen
65 Tonalität mit Respekt, aber dann schon auch insistierend. Wobei ich sagen muss: Wenn
66 jemand etwas nicht beantworten will, dann ist das auch eine Antwort. Also wenn ich zum
67 Beispiel heute einen Handlungsträger fragen würde, ... keine Ahnung Kann es sein, dass
68 das Arbeitslosengeld mittelfristig gekürzt wird und es wird drei Mal ausgewichen, dann kann
69 ich das festhalten und kann sagen „Ok, Sie wollen diese Frage nicht beantworten und die
70 Zuschauerinnen und Zuschauer zuhause können sich ein Bild machen und können dann
71 sagen ok vielleicht ist das eine Option, dass das Arbeitslosengeld gekürzt wird“, zum
72 Beispiel.

73
74 I: Du hast hier verschiedene Bereiche angesprochen also die Funktion des Journalismus als
75 Watchdog als Kontrollfunktion. Also du siehst dich so als Aufklärerin kann man sagen, als
76 Vermittlerin, kann man das so sagen?

77
78 P: Ja als Vermittlerin ja ich glaube so kann man es am besten sagen. Ich habe die
79 Möglichkeit die Fragen zu stellen, die die Menschen zuhause nicht stellen können, aber die
80 sie sich vielleicht stellen. Gebe zu, hin und wieder verzetteln wir uns alle auch so in Themen
81 die uns vielleicht besonders interessieren, die wir nennen es so die Meta-Ebene, ja was in
82 einer Journalismus-Blase vielleicht größer diskutiert wird als bei den berühmten Menschen
83 am Stammtisch. Aber im Prinzip geht es mir schon darum, gerade jetzt auch während der
84 Pandemie hat sich das ganz stark gezeigt: Was betrifft die Menschen zuhause? Was haben
85 die für eine Richtschnur? Wie geht es weiter? Wie geht es am Arbeitsmarkt weiter? Wie geht
86 es im Bildungsbereich weiter? Und das können die Leute zuhause nicht fragen. Und wenn
87 sie die Möglichkeit hätten einen der Politiker oder der Politikerinnen zu treffen, dann haben
88 sie nicht die Möglichkeit, ein Interview zu führen oder da wirklich dagegen zu halten. Sie sind
89 ja auch nicht ausreichend vorbereitet. Wenn man unsere Arbeit anschaut, wir bereiten uns
90 stundenlang auf ein Interview vor. Das ist ja nicht möglich wenn man zu einer
91 Podiumsdiskussion kommt jetzt einfach als Bürgerin oder Bürger. Also diese vermittelnde
92 Funktion ist ganz wichtig und ja, Watchdog, aufdecken ist in einem Interview nur begrenzt
93 möglich. Aber wenn es möglich ist, dann natürlich auch gern. Aber im Prinzip ist es die
94 Kontrollfunktion.

95
96 I: Welche Bedeutung spielt für dich so die Rolle des Erklärers oder der Erklärerin als
97 Journalistin? Hat das irgendwie eine Funktion?

98
99 P: Naja ich sehe schon die Kernfunktion unserer Arbeit hier in der ZIB2 ist die Gestaltung
100 des Interviews und da ist halt der Widerspruchsgeist gefragt, das Dagegenhalten, das
101 Hinterfragen. Erklären tut man wahrscheinlich mehr in anderen Sendungen. Also wir
102 versuchen schon mit Grafiken das zu unterstützen. Aber ich sehe mich da eher auch als
103 Erzählerin. Also die Beiträge dazwischen, die erzähle ich so als würde ich sie halt einer
104 Freundin oder der Familie erzählen würde. Da hat jeder seine eigene Sprache. Aber das ist

105 weniger erklären sondern ein durch die Sendung führen. Und für mich ist der Kern das
106 Interview und da eben das Hinterfragen und Gegenbürsten.

107

108 I: Du hast da schon ein bisschen was angesprochen auch was das angeht, dass man sich
109 auf die andere Seite stellt, also wenn man zum Beispiel eine Politikerin oder einen Politiker
110 da hat, die in einer Machtposition sind, dass man sich dann eben auf die andere Seite stellt.
111 Welche journalistischen Kernstandards oder Prinzipien sind da für deine Arbeit sonst
112 zentral?

113

114 P: Abgesehen davon jetzt oder?

115

116 I: Ja abgesehen davon oder zusätzlich und mit dem?

117

118 P: Hm. Ich weiß nicht ob ich die Frage jetzt richtig habe aber ... Ich muss immer wenn ich ein
119 Interview mache, muss ich verstehen, warum er oder sie kommt. Und das war
120 wahrscheinlich in den vergangenen Jahrzehnten noch nicht so ausgeprägt, aber jeder und
121 jede, der zu uns ins Studio kommt, hat irgendeine Botschaft. Diese Botschaft muss ich erst
122 einmal decouvrieren bevor die Person überhaupt da ist. Ich muss wissen, warum kommt die
123 Person und welche Botschaft will sie senden? Und wenn ich das erkannt habe, dann kann
124 ich mich mit der Botschaft mal auseinandersetzen. Dann kann ich einmal schauen, Beispiel:
125 Es gibt Öffnungen nach der Corona-Pandemie, das lässt sich gut verkaufen, egal von wem
126 oder wer da jetzt beteiligt ist, das lässt sich gut verkaufen. Ich muss schauen: Ist das wirklich
127 so gut? Da habe ich also dann mehrere Ansatzmöglichkeiten: Ist das epidemiologisch
128 überhaupt gegeben? Ist das machbar? Das wäre dann dieser medizinische Aspekt. Wenn es
129 mit Finanzierungen einhergeht, muss ich schauen: Bleibt irgendwo etwas übrig? Ist das
130 finanzierbar? Ist das machbar? Wenn zum Beispiel Unternehmen unterstützt werden, wie
131 lang kann das noch gehen? Also da gibt es einzelne Aspekte und wenn ich weiß warum
132 jemand kommt, mache ich mir einen Baum und überlege, was die einzelnen Schritte sind,
133 die jetzt dann relevant sind, auch für die Zuschauerinnen und Zuschauer natürlich. Und ich
134 versuche schon vorab logischerweise zu klären, ob das was da kommt im Studio, ob das
135 machbar, durchführbar, ob das – großes Wort – die Wahrheit ist.

136

137 I: Da kommen wir so zu dem Themenbereich der Bildung und des Bildungsauftrages. Unter
138 Bildung kann man ganz ganz viel verstehen. Es ist ein sehr breites Thema aber kannst du für
139 dich so aus dieser journalistischen Warte beschreiben, was Bildung für dich bedeutet?

140

141 P: Naja Bildung ist der Schlüssel natürlich zum Leben. Also ich bin ein bisschen ein
142 Bildungsfreak. Also ich bin ja auch ein Fan der humanistischen Bildung und für mich ist es
143 klar je mehr man von dem verstanden hat, was war, desto mehr versteht man die Gegenwart
144 und Zukunft. Also das bedeutet historische Zusammenhänge. Das bedeutet auch Sprache
145 natürlich. Wie hat sich Sprache entwickelt? Ich kann natürlich ein Land am besten
146 empfinden, wenn ich die Sprache in diesem Land spreche. Das geht nicht für alle, aber es ist
147 ein wunderbarer Grundstock. Also wenn ich mir überlege: Was ist für einen 18-Jährigen
148 Absolventen von einer AHS ausschlaggebend, allgemeinbildende höhere Schule, dann ist es
149 sicher dieser sprachliche Aspekt. Und ja man sollte von allem zumindest etwas gesehen
150 haben. Also da gehören die Naturwissenschaften dazu, da gehört selbstverständlich dazu
151 Kunst und Kultur, da gehört auch Sport dazu. Sozusagen die körperliche Bildung,
152 Ausbildung. Aber Bildung und Ausbildung sind zwei völlig unterschiedliche Bereiche. Und ich
153 halte eigentlich wenig davon, dass man immer hinterfragt, im allgemeinbildenden Bereich
154 jetzt zum Beispiel in der Schule, dass man ständig hinterfragt „Wofür brauche ich das?“ ja
155 weil das wissen wir noch nicht. Ich habe so viel in meinem Leben gebraucht, von dem ich nie
156 gedacht hätte, dass ich es brauche. Und so viel von dem was man mir gesagt hat, dass ich

157 es brauchen werde, habe ich überhaupt nicht gebraucht. Ja und wenn man Kinder auch
158 begleitet durch das Bildungssystem dann stößt man schon immer wieder an Grenzen. Also
159 warum muss das eine oder andere so gelernt werden wie es ist. Ist das wirklich praktikabel?
160 Aber Bildung an sich bringt einen natürlich in allen Bereichen weiter. Es kann ein Glück
161 bringen, Erfüllung, wenn man jetzt eben an die Kunst denkt. Und es kann einem das
162 Rüstzeug geben, um ein guter Mensch und ein erfolgreicher Mensch zu werden. Also es
163 kann nicht schaden, so viel wie möglich zu wissen. Also es hat nicht jeder die Möglichkeit,
164 aber man sollte möglichst allen Menschen die Möglichkeit geben.
165

166 I: Hat sich dieser Bildungsbegriff auch mit dem humanistischen Bildungsverständnis wie du
167 es beschrieben hast, so in der digitalisierten Welt des 21. Jahrhunderts irgendwie verändert?
168 Gibt es da neue Anforderungen?
169

170 P: Ja schon, natürlich. Also wenn ich sehe, wie viele Menschen, auch gebildete Menschen,
171 sich hauptsächlich über Facebook zum Beispiel informieren, was auf der Welt passiert,
172 Facebook ist ein Teil es kann ein Teil sein. Ich kann sehr viel mitkriegen, wir haben einen
173 tollen *Zeit im Bild* Facebook-Auftritt, aber das allein kann es wirklich nicht sein. ... Also ich
174 muss schon die Protagonistinnen und Protagonisten hören, ich muss mir schon auch
175 Diskussionssendungen anschauen. Das gilt natürlich vor allem für Wahlen. Also das nutzt
176 mir nichts wenn ich reingespült bekomme auf meinem Facebook-Account was die Parteien
177 mir liefern. Ich muss es schon bearbeitet haben. Journalismus ist ein Beruf und Social Media
178 Content anbieten ist kein Beruf im Sinne von Journalismus. Das ist keine journalistische
179 Tätigkeit, das ist wieder etwas anderes. Das ist eben Content beschaffen, Content gut
180 verkaufen, ist auch toll, ja aber es hat da mit unserem Beruf nichts zu tun. Und die
181 Kompetenz mit diesen Sozialen Medien umzugehen, die ist sicher sowohl bei jungen
182 Menschen als auch bei älteren Menschen nicht 100 prozentig ausgereift. Also man sieht es
183 jetzt auch bei diesen Verschwörungstheorien, die verbreiten sich rasant. Man kommt fast
184 nicht nach, diese Verschwörungstheorien zu entkräften. Also das ist sicher ein großes
185 Problem.
186

187 I: In der Medienwelt oder speziell im öffentlich-rechtlichen Rundfunk im ORF gibt es den
188 Begriff des Bildungsauftrages. Was verstehst du darunter für dich?
189

190 P: Also ... sagen wir so. Es gibt Themen, die würden wahnsinnig gut gehen. Ja also wenn
191 man jetzt ständig etwas über die Royals berichtet und ich will das überhaupt nicht klein
192 machen, ich konsumiere das auch, aber das bringt sicher Klicks und das bringt Zuschauer. Im
193 öffentlich-rechtlichen Bereich muss man den Mut haben auch Dinge aufzugreifen und auch
194 länger zu beleuchten, die vielleicht jetzt nicht so Mainstream sind. Also den Nahost-Konflikt
195 ordentlich zu betrachten, von allen Seiten anzuschauen, Beteiligte aller Seiten zu Wort
196 kommen zu lassen, die Korrespondenten auf beiden Seiten ausloten zu lassen wie die Lage
197 ist, das zusammenzubinden analytisch. Das ist nichts was die Leute wirklich so interessiert
198 unsere Zuschauerinnen und Zuschauer so, dass sie nur deshalb einschalten. Aber ich finde
199 man muss den Mut haben zu sagen: „Nehmt's das mit, es ist wichtig, es ist weltpolitisch
200 wichtig, es betrifft viele Menschen, das sind Schicksale, da muss man hinschauen.“ Das gilt
201 für sehr, sehr viele Konfliktherde und wir wissen ja Nähe, Nutzen, Neuigkeit sind die drei
202 Prinzipien im Journalismus: Je weiter etwas weg ist, desto uninteressanter ist es. Und im
203 öffentlich-rechtlichen, gebührenfinanzierten Fernsehen, darf man sich diesen Luxus gönnen
204 und sagen: „Vielleicht schauen uns ein paar weniger dann zu in dieser Sendung, aber wir
205 schauen es uns trotzdem an.“ Das gleiche gilt für Kultur. Ja, ein Konzert von weiß ich nicht
206 Beyoncé oder wer immer ja keine Ahnung, Lady Gaga, würde sicher bei den jüngeren
207 Zuschauerinnen und Zuschauern total punkten und wenn wir es hätten, auch super. Aber es
208 gehört natürlich auch zu unserem Auftrag, Operaufführungen zu übertragen, die vielleicht,

209 schwer konsumierbar sind, wo die Quote dann deutlich geringer ist als bei anderen
210 Veranstaltungen, als bei Schlagerveranstaltungen. Vielleicht bekommt man nur ein Viertel
211 der Leute mit einer Opernübertragung von denen wo man weiß ich nicht Starnacht am
212 Wörtersee kriegt, und wir sollten aber trotzdem beides haben. Und ja diesen Mut dazu zu
213 sagen, das ist wichtig, das ist groß, da geht sehr viel Geld hinein auch von der öffentlichen
214 Hand, und das ist eine tolle Kulturstiftung in Österreich, das ist eine Visitenkarte was die
215 Staatsoper, die Volksoper, das Burgtheater wer auch immer macht. Das zeigen wir her und
216 das unterstützen wir auch als ORF das finde ich schon extrem wichtig.

217
218 I: Ist dieser Begriff des Bildungsauftrages für dich in deiner täglichen Arbeit präsent?
219

220 P: Eigentlich nicht, nein eigentlich nicht. Also wir sind schon in so einem Flow drin, wir
221 spüren das glaube ich schon. Wir haben es auch nicht so rituell wie andere Sendungen
222 natürlich zum Beispiel es gibt diesen Kulturauftrag des ORF. Das bedeutet, dass eigentlich
223 schon in jeder *Zeit im Bild 1* ein Kulturbeitrag zu finden ist. So ein Ritual haben wir nicht,
224 dazu haben wir eine viel zu schmale Sendefläche im Sinne von wir haben sehr lange
225 Beiträge, da geht sich das so in dem Fall nicht aus. Aber natürlich wenn man für diese
226 Sendung arbeitet, dann denkt man schon größer und breiter und so wie ich es vorhin
227 ausgeführt habe.

228
229 I: Das heißt dieser Bildungsauftrag spielt definitiv wenn nicht so ganz vordergründig eine
230 Rolle für dich in deiner Arbeit?

231
232 P: Ja bestimmt, ja sicher.

233
234 I: Eben du hast eh einige angesprochen. Hat sich dieser Bildungsauftrag des ORF mit der
235 Digitalisierung irgendwie verändert? Hast du da das Gefühl, dass sich da etwas getan hat?

236
237 P: Nein, das würde ich jetzt nicht sehen, das ist natürlich sehr spontan gefragt und spontan
238 geantwortet. Aber das würde ich jetzt eigentlich nicht sehen. Also die Digitalisierung hat sehr
239 viel geändert, aber den Bildungsauftrag nicht.

240
241 I: Dann komme ich jetzt zum abschließenden Themenbereich der Medienkompetenz und der
242 Rolle des Journalismus für den Bildungsbereich. Du hast es eh auch schon angesprochen
243 vorhin mit Facebook und anderen Social Media Content-Providern. Was bedeutet
244 Medienkompetenz da heutzutage? Kannst du das noch einmal kurz beschreiben?

245
246 P: Also die Medienkompetenz bedeutet schon, echten Journalismus von PR zum Beispiel zu
247 trennen und eine Einordnung von Fakten zu trennen von Interessen, die vertreten werden.
248 Also eben zum Beispiel Parteien machen jetzt auch sehr viel Videos, machen also
249 Parteisprecher interviewen ihre Parteichefs und –chefinnen. Das ist ihr gutes Recht und soll
250 man machen. Aber wir machen das eben auf einer journalistischen Ebene und die
251 Kompetenz die Medienkompetenz würde bedeuten, dass man eines vom anderen
252 auseinanderhalten kann: ein journalistisches Interview von einem PR-Interview. Das
253 funktioniert vielleicht über Personen, also über Interviewer, dass man die erkennt, aber dann
254 schon nicht mehr. Also das ist sicher ganz schwierig es ist natürlich auch die Atmosphäre
255 von Interviews, die von Parteien zur Verfügung gestellt werden, viel lockerer. Also das
256 schaut man sich auf das Erste viel lieber an. Aber einfach einmal zu erkennen, was ist
257 überhaupt Journalismus und was bringt mir das, das sollte sicher auch in den Schulen noch
258 stärker gefördert werden. Gerade in Zeiten wie diesen, das kann gar nicht früher also früh
259 genug gefördert werden. Aber man darf nie vergessen, dass die Menschen, die heute zehn
260 Jahre alt sind und beginnen vielleicht Instagram-Accounts sich einzurichten, auch wenn es

261 nicht wirklich erlaubt ist aber es haben halt schon viele, dass diese Menschen in sechs
262 Jahren wählen dürfen. Und da ist nicht viel Platz in diesen sechs Jahren. Und darum muss
263 man einfach lernen in dieser kurzen Zeit, dass man mit diesen Medien umgeht. Zu meiner
264 Zeit war das Wahlalter 18. Und ich kann mich gut erinnern, da gab es kein Social Media und
265 keine Social Media Kanäle und trotzdem war es so es gab damals eine
266 Bundespräsidentenwahl und wir haben sehr stark übernommen, was wir zuhause gehört
267 haben. Wir haben in unserer Schule – das liegt jetzt nicht unbedingt an das liegt gar nicht an
268 der Schule, das liegt einfach am System – wir hatten überhaupt keine Begleitung dabei,
269 Medien zu konsumieren. Wir haben über Werbung haben wir zum Beispiel viel erfahren, also
270 dass nicht automatisch wenn ein Produkt beworben wird, dass es dann auch wirklich gut ist
271 und die rechtlichen Rahmenbedingungen. Aber ich kann mich nicht erinnern, dass wir auch
272 nur ein einziges Mal wirklich darüber diskutiert hätten welche Medien wo stehen. Also
273 damals gab es ja auch noch Parteizeitungen, all das nicht.

274
275 I: Nehmen Journalistinnen und Journalisten in diesem allgemeinen Feld der Medienbildung
276 bei der Förderung von Medienkompetenz in der Schule bei Kindern und Jugendlichen
277 irgendwie eine bestimmte Stellung ein. Haben sie da irgendwie eine bestimmte Rolle aus
278 deiner Sicht und wenn ja wie sieht die aus?

279
280 P: Allgemein jetzt Journalistinnen oder wie?

281
282 I: Ja oder wie könnte sie aussehen wie wäre die Rolle von JournalistInnen in dieser
283 Mediengesellschaft wenn es um die Förderung von Medienkompetenz geht?

284
285 P: Also wie die wäre?

286
287 I: Mhm oder wie sollte sie sein?

288
289 P: Naja je mehr ich herankomme an die Schülerinnen und Schüler desto besser. Also je
290 mehr die Schule sich öffnet, vielleicht auch Deutschlehrer, wer immer, versucht die Medien in
291 die Schule und mit ihnen auch zu sprechen über Medienkonsum, desto besser. Also wir
292 müssen bereit dazu sein, also ich kann sagen, wir sind es. Wir hatten Jahre vor der
293 Pandemie eine Aktion die hat geheißen „ZIB macht Schule“. Da sind eben Moderatorinnen
294 und Moderatoren in die Schulen gegangen. Wir haben erklärt, was wir da tun. Das hat sehr
295 gut funktioniert. Da waren auch sehr viele Lehrer die engagiert waren. Es gibt nach wie vor
296 Lehrer, die das tun, ja, die Schülerinnen und Schüler dazu bringen, die Sendungen
297 anzuschauen. Wenn man dann mit ihnen spricht, merkt man: Das ist oft neu für sie. Also der
298 Reporter die Reporterin also die Journalisten sind mehr so die Typen, die halt da stehen mit
299 dem Mikrofon irgendwo und hinten nachrennen und dann sagen „Oh da hinter mir ist ein
300 Unfall passiert“ oder so. Also eigentlich jetzt gar nicht, das was ich vorhin ausgeführt habe,
301 nicht diese Kontrollfunktion. Sondern eher so der Reporter vor Ort und möglicherweise
302 überschreitet der auch Grenzen wie die Paparazzi beim Tod von Prinzessin Diana ja. Also
303 das sind die, die haben kein gutes Image, weiß man ja. Journalisten haben kein gutes
304 Image, das ist leider so. Bei den Politikerinnen und Politikern angesiedelt, wir sitzen alle in
305 einem Boot da unten. Das ist schade. Es gibt natürlich auch Menschen in unserem
306 Berufsstand, die nicht unbedingt diesem Berufsstand alle Ehre machen. Das muss man
307 schon auch einräumen. Aber im Prinzip ist es so, dass ich glaube, man sollte unseren Beruf
308 auch noch stärker erklären und sagen warum das wichtig ist, diese Unterscheidung zwischen
309 Journalismus und PR.

310
311 I: Das heißt hier sollte es mehr Dialog mit öffentlichen Einrichtungen geben?

312

313 P: Ja sicher und auch mehr Platz in den Lehrplänen. Ich meine man kann ja auch nicht
314 verlangen, dass gerade in so Zeiten wie diesen wo eh alles aus den Nähten platzt, das geht
315 ja alles gar nicht. Aber wir haben auch sogar in der Volksschule, vor der Pandemie hatte ich
316 einmal eine Unterstufe da und einmal eine Volksschule und habe denen erklärt, was wir da
317 tun. Volksschüler sind natürlich total beeindruckt von diesen großen Kameras und so das
318 finden die total super und von der vielen Schminke im Schminkraum und so. Aber wenn man
319 denen dann sagt, wir haben nur einen Tag Zeit oder nur wenige Stunden wenn man den
320 Bundeskanzler interviewt, das können sie dann gar nicht glauben. Weil sie wissen ja, dass
321 das etwas Großes ist, das spüren sie irgendwie. Und da waren sie dann eigentlich schon
322 immer sehr überrascht und das fanden sie auch sehr interessant und, dass man die wirklich
323 auch kennt und dass die auch alle in dem Raum sind und so. Also man kann sie schon sehr
324 nah heranzuführen. Das ist unsere Arbeit, dass der Bundespräsident und der Bundeskanzler
325 und die Ministerinnen und Minister in unser Studio kommen und wir haben diese Möglichkeit.
326 Wenn man da einmal in dem Studio steht und das vermittelt bekommt, fühlt sich das sicher
327 ganz anders an, als wenn das irgendwelche Menschen sind, die halt aus dem Fernseher
328 herauspurzeln wie Bruce Willis oder so.

329

330 I: Welche Stellung nimmt hierzu der vorhin besprochene Bildungsauftrag ein? Siehst du den
331 vor diesem Hintergrund von dem was wir jetzt besprochen haben irgendwie verändert?

332

333 P: Nein, das gehört finde ich zum Bildungsauftrag. Also es ist nicht jetzt vorrangig die Frage,
334 wie gehen junge Menschen mit Medien um. Das muss natürlich auch im Haushalt passieren.
335 Gleichzeitig muss ich schon sagen, kann sein, dass es Haushalte gibt, wo es keinen
336 Fernseher gibt oder keine Zeitungen, wo auch das Geld vielleicht nicht da ist um so viele
337 Medien auch so vielfältig Medien zu konsumieren. Und da wäre es schon fein wenn das in
338 den Schulen passieren würde und das ist auch sicher Teil der Bildung. Und nämlich der
339 Bildung und nicht der Ausbildung.

340

341 I: Abschließend noch ganz kurz von Bernhard Pörksen dem Medienwissenschaftler aus
342 Tübingen, der sagt dir vielleicht etwas?

343

344 P: Ja, sagt mir etwas mhm.

345

346 I: Der war auch schon das eine oder andere Mal in der ZIB2. Der spricht in einem Buch von
347 der Utopie der redaktionellen Gesellschaft und entwickelt damit so die Idee, dass die
348 gesamte Gesellschaft eigentlich heutzutage eben medienmächtig geworden ist, aber man
349 auch mündig sein sollte und kompetent damit umgehen sollte und gewisse journalistische
350 Kompetenzen schon früh vermittelt werden sollten. Damit man eben verantwortungsvoll
351 umgeht. Wie siehst du diese Idee? Steht die in Zusammenhang mit dem was du vorhin
352 gesagt hast?

353

354 P: Ich glaube diese Ideen und diese Thesen was Journalismus und was Medien anbelangt
355 haben sich in der Pandemie ein bisschen gewandelt. Allein deshalb weil die Menschen
356 waren alle zuhause. Und ihr Hauptinformationsmedium, wie geht es weiter, war der
357 Fernseher. Es gab dann danach logischerweise auch die Einordnung in anderen Medien,
358 aber unmittelbar man dreht den Fernseher auf, man weiß es kommt eine Pressekonferenz.
359 Und da glaube ich ist schon für viele auch sehr deutlich geworden: Es ist einfach nicht nur
360 die Erklärung des Bundeskanzlers, des Gesundheitsministers, des Vizekanzlers, der
361 Tourismusministerin. Es ist schon mehr. Dieser Beruf ist mehr. Weil die sitzen ja dann selber
362 davor und die haben eine Frage. Und wenn die nicht gestellt wird, dann fehlt etwas. Wenn
363 sie die Möglichkeit nicht haben, dann fehlt etwas. Und wenn sie dann am Abend diese
364 Fragen gestellt bekommen, oder davor eingeordnet von jemandem, ob das jetzt jemand aus

365 der Wissenschaftsredaktion oder aus der Innenpolitikredaktion, dann spüren sie schon, da
366 sind sie gut aufgehoben. Und die Zahlen, die Zuschauerzahlen, geben uns da schon recht,
367 also sehr, sehr viele Menschen haben uns in den *Zeit im Bild* Sendungen in dieser Pandemie
368 das Vertrauen gegeben. Und das sage ich nicht um sozusagen mich selber zu erheben, weil
369 das hat mit mir persönlich genau gar nichts zu tun. Sondern ich sage das, weil ich sehe, was
370 für ein unglaubliches Vertrauen wir da haben. Wenn wir bis zu einer Million Zuschauer haben
371 um 22 Uhr zu einer Zeit wo eigentlich halb Österreich eh schon schläft und die Leute haben
372 trotzdem obwohl sie nichts tun den ganzen Tag – also nichts tun – aber ... immer die
373 Möglichkeit haben auf ihrem Handy und wurscht wo abzurufen Informationen, und sie wollen
374 trotzdem um 22 Uhr noch schauen. Eine Million Menschen. Dann ist das natürlich ein
375 Auftrag. Und dieses Vertrauen mit diesem Vertrauen müssen wir jetzt etwas machen. Und
376 ja... ist ein Auftrag.

377
378 I: Mhm also im Zusammenhang mit diesem Begriff der redaktionellen Gesellschaft siehst du
379 einfach eine große Verantwortung oder inwiefern?

380
381 P: Naja ich sehe auch einfach eine Veränderung. Die redaktionelle Gesellschaft das kann
382 man jetzt unterschiedlich interpretieren. Da müsste jetzt der Professor da sein dann könnte
383 man das mit ihm bestimmt diskutieren. Aber es umschließt ja auch den Gedanken, dass das
384 sozusagen durch diese Sozialen Medien, durch die Digitalisierung, die Redaktionen sich
385 erweitern, über die klassischen Redaktionen hinaus. Und da will ich eben sagen das glaube
386 ich reduziert sich wieder, weil ich den Nutzen des Journalismus in dieser Zeit in dieser
387 speziellen Zeit schon noch einmal erkannt habe. Man müsste das natürlich in Studien später
388 einmal abfragen. Aber es ist halt meine These.

389
390 I: Darf ich so abschließend zusammenfassen: Du siehst den Journalismus oder
391 Journalistinnen und Journalisten schon gefordert auf die Schule auf Kinder und Jugendliche
392 zuzugehen und einen Dialog herzustellen

393
394 P: sie einzuladen ja

395
396 I: sie einzuladen die eigene Arbeit zu erklären und auch in dieser Mediengesellschaft sich
397 daran zu beteiligen, Medienkompetenz und Medienbildung zu fördern.

398
399 P: Ja, also ... noch vielleicht noch ein bisschen präziser: Menschen, die in wenigen Jahren
400 oder sogar überhaupt schon wählen dürfen, sollten dieses Angebot von uns annehmen, dass
401 wir ihnen übersetzen, was ihr Leben anbelangt, dass wir die Fragen stellen, die ihr Leben
402 betrifft und nicht sozusagen wegstoßen und sagen „das brauche ich nicht ich habe eh
403 meinen Social Media Kanal weil da sagt es mir der Kanzler oder die Oppositionschefin
404 persönlich, weil die haben ja tolle Videos für mich gemacht“. Sondern, nein, wir hinterfragen
405 das, was die sagen. Und das ist unser Angebot, weil nicht jeder Mensch Zeit und Möglichkeit
406 hat, das hinterfragen zu können. Und das ist unsere Aufgabe, unser Angebot. Und da sollte
407 man so früh wie möglich damit beginnen wenn wir das auch als Chance begreifen, dass die
408 jungen Menschen sich schon so früh mit Medien auseinandersetzen. Ich meine bei uns gab
409 es Fernsehverbot ja das ist ... so etwas gibt es jetzt fast nicht mehr.

410
411 I: Ok also das vermitteln diese Rolle von Journalismus, dass man das erkennen kann?

412
413 P: Mhm ja den Nutzen, den Wert.

414
415 I: Gibt es sonst noch etwas, das du ergänzen möchtest oder dir noch einfällt?

416

417 P: Da gibt es immer noch etwas aber jetzt etwas ganz wichtiges oder so nicht mehr, nein.
418
419 I: Dann bedanke ich mich für das Gespräch.

1 **Transkript Interview Andreas Sator**

2 **Interviewpartner:**

3 Andreas Sator (Journalist, Podcaster); Kürzel: I2AS

4 **Datum:**

5 20.05.2021, online per Zoom; ca. 14:00-15:10

6

7 **Anonymisierung: nicht erforderlich, Einverständnis eingeholt**

8

9 **Transkriptionsregeln:**

10 Personennamen und eindeutige Kernmerkmale werden ggf. anonymisiert

11 bei Sprecher/innenwechsel Leerzeile einfügen

12 HALLO Wort in Blockschrift geschrieben drückt Betonung aus

13 ... kürzere (Denk-)Pause

14 (...) längere Pause

15 I → Interviewer

16 P → Proband

17 (Wort ?) nicht ganz verständlich, vermuteter Wortlaut in Klammer mit Fragezeichen

18 [Wort] → Einfügung/Anmerkung des Verfassers

19

20 **Beginn Transkription**

21

22 I: Darf ich dich zu Beginn bitten, dich selbst kurz vorzustellen?

23

24 P: Hallo ich bin der Andreas Sator, ich bin 31 Jahre alt. Ich bin Journalist, es ist gar nicht so
25 einfach meinen Beruf zu ... also ich bin Journalist und auch so ein bisschen was wie ein
26 kleiner Medienunternehmer. Ich habe mich vor drei Jahren selbständig gemacht und bin da
27 als Podcaster, als Autor aber auch als Vortragender tätig und arbeite aber auch angestellt
28 beim *Standard* Teilzeit und schreibe für den *Standard* eine zwei-wöchentliche Kolumne über
29 Lösungen für große globale Probleme wie Armut, Klima oder Umwelt. Und mein Werdegang
30 ist ich bin aufgewachsen in Niederösterreich auf einem Bauernhof, habe maturiert in Steyr in
31 Oberösterreich dann Zivildienst gemacht bei der Rettung und Volkswirtschaft studiert auf der
32 WU im Bachelor. Und am Ende vom Studium habe ich beim *Standard* begonnen zu arbeiten
33 und bin seither durchgehend mit einem Jahr Pause Bildungskarenz beim *Standard*
34 angestellt.

35

36 I: Vielen Dank. Könntest du dann als nächstes bitte kurz deine eigene Mediennutzung
37 beschreiben? Ist ein endloses Thema und sicher nicht leicht zu beschreiben, aber welche
38 Medien konsumierst du so auf welche Art und Weise?

39

40 P: Das hat sich bei mir in den letzten drei Jahren sehr geändert. Ich war früher
41 Tageszeitungsjournalist und da hat man ein ganz anderes Pensum und einen anderen
42 Rhythmus. Das fand ich am Anfang sehr aufregend also da irgendwie jeden Tag
43 Morgenjournal, ZIB2, quer Zeitungen zu lesen, in Österreich, international, *Financial Times*,
44 dann *Economist* und so weiter also da wird man ein bisschen blöd im Kopf und irgendwie ist
45 man das dann ... mochte ich das dann nicht mehr so und jetzt mache ich halt schreibe ich
46 weniger und veröffentliche ich weniger. Aber dafür lieber hintergründigere Sachen, schreibe
47 Bücher, längere Texte, und mein Medienkonsum ist immer einerseits privat bedingt weil ich
48 ein interessierter Mensch bin aber als Journalist vor allem auch beruflich. Und darum hat
49 sich mit meinem veränderten Berufsbild auch mein Medienkonsum sehr verändert. Ich lese
50 eigentlich keine Zeitung mehr unter der Woche. Am Wochenende immer den *Standard*, *Die*
51 *Presse*. Weil ich den Anspruch habe was da drinnen steht muss für mich einfach reichen.
52 Dann lese ich den *Falter* jede Woche weil es mich einfach selber sehr interessiert. Ich lese

53 den *Economist* ab und zu und ansonsten sind es viele Newsletter mittlerweile, die dann so
54 zu Fachthemen wie einerseits Umwelt und Klima, andererseits aber auch zum Beispiel
55 Newsletter zum Thema Podcasts um den Überblick zu behalten was sich da entwickelt. Und
56 das also das liefert mir viel besser und relevantere Beiträge zu den Themen die mich
57 interessieren als die meisten Medien. Also ist natürlich sehr gesammelt aber ich brauch dafür
58 nicht 50 Medien aufschlagen. Und dann ist es viel ... die App ist jetzt leider eingestellt
59 worden aber die heißt Nuzzel und Nuzzel war super, ist von Twitter gekauft worden ist jetzt
60 eingestellt worden. Und Nuzzel hat die meisten geteilten Artikel aus dem Twitter-Feed
61 zusammengestellt und das fand und ich hab jetzt einen Ersatz gefunden das heißt Tweet
62 Shelf und das finde ich genial weil da brauche ich nicht auf Twitter schauen am Ende des
63 Tages sehe ich 10, 15 Artikel die sind viel geteilt worden von österreichischen
64 JournalistInnen aber auch von Klimawissenschaftler und so weiter. Und da habe ich immer
65 also das lese ich fast jeden Tag eine Stunde lang einfach die meisten geteilten Artikel meiner
66 Timeline und das ist das was mich am meisten interessiert. Und ein Thema sind die
67 Podcasts ich höre nicht mehr so viel aber doch jede Woche ein paar Episoden und das ist für
68 mich auch eine wichtige Informationsquelle.

69
70 I: Wenn du dich verorten müsstest zwischen klassisch linearem Medienkonsum also beim
71 Fernsehen mit fixen Sendezeiten und non-linearem, on-demand Konsum wie man es gerade
72 bei jungen Menschen sehr oft beschreibt? Also sozusagen auf einer Skala wo würdest du
73 dich verorten auf einer Skala von 1 bis 10 wenn 1 linear und klassisch ist?

74
75 P: Also 10 weil ich wirklich gar nichts mehr anschau also ich les weder die Zeitungen dann
76 wann sie kommen noch also ich hör ab und zu Morgenjournal oder schau ZIB2 aber
77 eigentlich nie dann wenn sie wirklich laufen. Weil ich weder um 10 am Abend oder um 7 in
78 der Früh Lust hab Nachrichten zu schauen. Und auch die Zeitung also vielleicht eher 9,5 am
79 ehsten weil das mach ich vielleicht nicht so wie viele junge Leute wenn der *Falter* kommt
80 dann les ich den meistens weil ich den immer super interessant finde. Aber ich les oft den
81 Wochenend-*Standard* dann am Dienstag oder Mittwoch noch.

82
83 I: Diesen aber in Print oder hast du da irgendwie ein Online-Abo oder ePaper?

84
85 P: Nein wirklich die Print-Zeitung weil ich ein bisschen ein gebranntes Kind bin von vielen
86 Jahren Online-Journalismus und ich da viele Mechaniken nicht gut finde. Ich hab das ja
87 selber auch jahrelang gemacht. Man braucht ja immer einen Weiterdreher also ich war in so
88 vielen Redaktionskonferenzen also das wenn ich jetzt vom *Standard* erzähle dann müsste
89 ich mir das im Nachhinein anschauen ob ich das so öffentlich sagen möchte. Aber ich drücke
90 es allgemein aus: Es gibt in Österreich viele Konferenzen bei Online-Medien wo die Frage
91 gestellt wird: Was können wir zu dem aktuellen Vorfall Neues bringen? Und sehr oft gibt es
92 einfach keine relevanten neuen Infos aber man macht trotzdem „der hat das gesagt, und der
93 hat das gesagt“ und oder da gibt es eine neue Studie man macht schnell einen Artikel dazu.
94 Ich versteh das betriebswirtschaftlich, mein Gehalt muss auch irgendjemand bezahlen. Aber
95 als Medienkonsument weiß ich, dass sehr viel von diesem tagesaktuellen Online-
96 Journalismus nicht den größten Mehrwert bringt. Darum verzichte ich eigentlich also ich les
97 natürlich wenn etwas passiert, möchte ich auch die News haben. Aber eigentlich möchte ich
98 mein Leben so leben, dass die Dinge die wichtig sind und passieren, die erreichen mich
99 schon über Newsletter, Podcasts, über die Wochenendzeitungen oder weil es mir einfach
100 jemand erzählt. Aber ich möchte nicht ich find auch also mir ist das wichtig als Journalist ich
101 möchte das ist so ein Trade-off zwischen extrem informiert sein über jedes kleines Detail
102 was jetzt passiert im politischen Prozess was auch wichtig ist, was wichtig ist, dass da auch
103 manche Leute sind. Weil da ganz viele Feinheiten passieren in der parlamentarischen Arbeit
104 und so weiter die man verfolgen muss. Aber ich sehe meine Aufgabe als Journalist ein

105 bisschen so die großen Probleme der Welt zu verstehen und den Leuten zu erklären warum
106 es die gibt, wer dafür verantwortlich ist, was Auswege sind, warum die vielleicht schwierig
107 sind diese Auswege, was man da selber machen kann. Und dieser große Blick aus der
108 Vogelperspektive auf die Welt der verträgt sich nicht mit ständig informiert sein, weil da ist
109 man so drinnen, da ist so viel Gatsch im Kopf dass man das eigentlich nicht mehr kann. Also
110 man verliert dann den Blick und darum versuche ich mich da herauszuhalten und eigentlich
111 so good old gedruckte Zeitungen zu lesen. Unabhängig davon, dass ich es beruflich gut
112 finde, ich finde es für meinen Lebensstil viel angenehmer in Ruhe eine Zeitung zu lesen als
113 schnell am Handy Artikel zu lesen.

114
115 I: Du hast hier eh schon etwas angesprochen wo meine nächste Frage hingehen würde. Also
116 wenn man ein bisschen mehr auf Journalismus zu sprechen kommt also die Funktion von
117 Journalismus dann gibt es da sehr viele Aufgaben, die man identifizieren kann. Und
118 Journalistinnen und Journalisten nehmen dabei auch sehr unterschiedliche Rollen ein. Du
119 hast jetzt schon kurz angedeutet mit dem „Erklärer“ aber welche eigenen Rollen siehst du da
120 für dich als Journalist?

121
122 P: Also eine fade Antwort wäre einfach zu informieren. Aber also ich glaub lange hat der
123 Journalismus genau das getan, er hat informiert. Vom *Spiegel*-Gründer ist überliefert dieses
124 „Sagen, was ist“. Das ist wichtig aber ich glaube alleine ist das zu wenig weil ... also wenn
125 man sich anschaut erstens wie JournalistInnen in Vertrauensrankings abschneiden dann ist
126 das immer ganz schlecht. Und zweitens ... wenn man sich anschaut wie also so Studien
127 Leute die viel Medien lesen sind pessimistischer oder weniger glücklich irgendsowas. Auf
128 jeden Fall nichts Gutes. Also viel Medien zu konsumieren ist in der Regel mit schlechten
129 Ergebnissen verbunden. Und das ist nicht gut, weil wir wollen ja nicht nur informieren,
130 sondern man möchte den Leuten auch kein pessimistisches oder schlechtes Weltbild geben.
131 Und da gibt es so viele Biases die Journalismus hat, zum Beispiel, dass kleine Ereignisse die
132 passieren, ein Autounfall oder ein Flugzeug das abstürzt, relevanter sind als so langsame
133 Trends, wie zum Beispiel, dass immer weniger Flugzeuge abstürzen weil die Technologien
134 und die Überwachung einfach viel besser geworden ist. Und darum finden genauso bei ...
135 ich könnte jetzt täglich darüber informieren, mache das teilweise auch, welche Umwelt- und
136 Klimakrisen es gibt, aber gleichzeitig merkt man und das kenne ich selber, wenn man diese
137 Artikel liest, dann also irgendwas in der menschlichen Psyche will das nicht, also das ist zu
138 viel Katastrophending, geht eben nicht im Kopf. Und auf der Welt gibt es einfach viele Dinge
139 die nicht gut sind. Vieles wird besser und so weiter. Aber trotzdem, ich merke das selber
140 wenn ich jetzt über zum Beispiel ich ignoriere das wirklich gekonnt, dieses Flüchtlingsthema
141 und wie viele Kinder im Mittelmeer ertrinken und so weiter. Also ich seh das immer wenn ich
142 auf Twitter bin und das tu ich gleich weg weil irgendwas in mir drin will das nicht und das ist
143 zu viel gerade. Und dasselbe ist bei diesen ganzen Umwelt- und Klimakrisen und deswegen
144 ist es mir wichtig, dass ich nicht nur informiere, was so los ist, sondern auch Auswege
145 aufzeige und Handlungsoptionen aufzeige, den Menschen zeige, warum die Welt so
146 geworden ist, wie sie ist. Dass das nicht Zufall ist, sondern dass das Leute oder
147 Interessensgruppen geschaffen haben, dass man da etwas ändern kann, wie das zu ändern
148 wäre und so weiter und das ist mir wichtig und das nennt man konstruktiver Journalismus
149 und davon bin ich ein großer Anhänger und ohne jetzt diese Debatte aufzumachen weil es
150 glaube ich viel zu weit führt dieses Aktivismus und Journalismus. Aber ich glaube auch, dass
151 Journalismus für irgendwas stehen kann. Also es kommt jetzt drauf an. Ich finds gut, dass
152 der Armin Wolf nüchtern alle kritisiert und unabhängig ist, aber wenn man so wie ich sich
153 thematisch mit Themen beschäftigt, dann finde ich es wichtig, offen und transparent zu
154 machen, woher man kommt, was einem wichtig ist, und weil man das auch immer in den
155 Artikeln liest und dann auch für etwas zu stehen. Also mir ist der Klimawandel nicht wurscht,
156 mir ist auch nicht wurscht wenn Menschen in ärmeren Ländern sterben an Krankheiten an

157 denen sie nicht sterben müssten. Und das also so Menschenrechte oder eine Welt zu
158 erhalten die für die Kinder und deren Kinder auch noch bewohnbar ist, ist für manche jetzt
159 schon Aktivismus, ist für mich aber einfach nur ein bisschen Hausverstand. Und das gehört
160 für mich auch dazu nicht nur zu informieren und Lösungen aufzuzeigen, sondern auch
161 transparent und offen zu sein, aber auch am Ende des Tages irgendwas zu wollen. Also ich
162 weiß, dass das nicht für jeden Journalisten und jede Journalistin etwas ist, aber bei mir also
163 und ... in Wahrheit wenn du mit vielen jungen JournalistInnen redest, dann sind das sehr oft
164 Leute, die überlegen, „soll ich in die Politik gehen oder in den Journalismus gehen?“ Also
165 ganz viele Leute die Journalismus machen, wollen irgendwas. Das und so zu tun als wäre
166 das nicht so finde ich ein bisschen unehrlich. Also hinter all meiner Arbeit steht auch eine
167 Haltung und das kommuniziere ich auch offen und ehrlich und das finde ich auch richtig und
168 gut.

169
170 I: Wenn ich dich da richtig verstehe so zusammenfassend dann siehst du dich so als
171 Erklärer, der jetzt nicht immer nur das Tagesaktuelle nach den klassischen journalistischen
172 Nachrichtenfaktoren agieren soll und aufgreifen soll sondern auch Hintergründiges,
173 tiefergehendere Probleme, Herausforderungen unserer Zeit aufgreifen sollte?

174
175 P: Genau.

176
177 I: Also so der Erklärer das ist so etwas mit dem du dich identifizieren kannst. Ok. Dann als
178 nächstes komme ich zum Thema der Bildung und des Bildungsauftrages. Darunter kann
179 man sehr viel verstehen. Kannst du für dich einfach einmal ein bisschen ausführen was
180 Bildung für dich selber bedeutet?

181
182 P: [lacht und überlegt...] Das ist was worüber ich selber nachdenke wo ich keine Definition
183 habe aber ich rede einfach einmal drauf los. Bildung ist für mich ein Handwerkszeug um
184 durch das Leben zu gehen und es der Politik, Unternehmen, Werbung, aber auch anderen
185 Menschen, nicht so einfach zu machen, dass sie mich verarschen können. Also einfach das
186 Rüstzeug haben um durch das Leben zu gehen und ob es jetzt ist beim Einkaufen, in der
187 Wahlkabine, oder bei meiner Berufswahl, dass ich einfach Entscheidungen treffen kann, die
188 wohlüberlegt sind, und da brauche ich Informationen und das ist glaube ich wo sich
189 Journalismus und Bildung trifft. Das wäre für mich so eine erste sehr praktische Definition
190 von Bildung. Und dann gibt es noch eine (...) ja nein ich würde es einfach einmal dabei
191 belassen.

192
193 I: Du hast es kurz angedeutet mit den Informationen, dass sich dort Bildung und
194 Journalismus treffen. Kannst du das ein bisschen genauer ausführen, was du dir darunter
195 vorstellst.

196
197 P: Also zum Beispiel in meiner Generation machen sich jetzt ganz viele Leute sorgen um
198 den Planeten zurecht. Und das ist jetzt nicht nur bei der nächsten Wahl relevant, sondern
199 viele wollen einfach nichts kaufen, was Schaden angerichtet hat und da gibt es auch die
200 abstrusesten ... und das kann man relativ einfach ausnutzen als Unternehmen und auch in
201 der Politik, weil es so unklar ist also wie sind jetzt wirklich die Konsequenzen also keine
202 Ahnung von einem Haarshampoo oder einem Apfel oder was auch immer. Und so eine
203 Entscheidung, eine ethische Entscheidung gut treffen zu können, brauche ich gute
204 Informationen. Und sowas zu vermitteln, das ist meistens die Aufgabe von Journalismus.
205 Genauso wie wenn ich jetzt wählen gehe, mittlerweile sagt ja jeder dass er den Klimawandel
206 bekämpfen möchte, jede politische Partei auch in Österreich. Die FPÖ hat sich da auch ein
207 bisschen gewandelt weil sie gesehen hat mit dem Klimawandel leugnen das geht irgendwie
208 nicht mehr 20... weiß ich nicht mehr wann das war wie der Strache dann weg war. Und das

209 ist in Deutschland ja genau das gleiche da gibt es glaube ich im September oder November
210 Wahlen und auch da sagt jetzt die konservative Partei, dass man den Klimawandel
211 bekämpfen muss und klimaneutral bis 2045 oder so. Und das klingt jetzt mal super und dann
212 kann ich die jetzt ja doch wählen wenn mir das wichtig ist. Aber wenn man sich dann im
213 Detail anschaut, was für Forderungen es da gibt und dass die mit diesen Zielen überhaupt
214 nicht einhergehen, dann ist das zum Beispiel die Aufgabe von Journalismus dass ich als
215 Bürgerin als Bürger die Information bekomme, dass die es nicht ernst meinen oder dass die
216 zumindest also die Versprechungen die sie machen nicht mit dem zusammenpasst was sie
217 da an ganz konkreten politischen Reformen wollen. Und das sind so ein paar Beispiele
218 warum es Informationen braucht um gute Entscheidungen zu treffen und das gehört für mich
219 auch zu einem gebildeten Menschen, dass man diese Informationen kriegt.

220
221 I: Hat sich der Bildungsbegriff oder die Anforderungen für Bildung auch im Zusammenhang
222 mit Journalismus so in der digitalisierten Welt des 21. Jahrhunderts oder des Jahres 2021
223 mit den digitalen Kommunikationsplattformen oder mit dem kompletten Strukturwandel der
224 Öffentlichkeit verändert? Haben sich die Anforderungen irgendwie gewandelt und wenn ja
225 wie?

226
227 P: Das hat sich extrem verändert weil früher JournalistInnen so eine Gatekeeper-Funktion
228 hatten. Also was die Leute erfahren ist größtenteils ... es gibt diese coole Definition ich weiß
229 jetzt nicht mehr wer die oder von wem dieses Zitat ist, aber das ist ... aber ja genau
230 „Pressefreiheit ist die Freiheit von 200 reichen Menschen, das zu drucken, was sie wollen.“
231 So war Journalismus lange bevor es Blogs oder das Internet gegeben hat, weil ein
232 Radioprogramm machen ist teuer, Fernsehen ist teuer, eine Zeitung zu drucken ist teuer.
233 Das hat sich extrem gewandelt das hat ganz viele Vorteile aber auch ganz viele Nachteile.
234 Und also jetzt ist es also sehr viel der journalistischen Aufgabe ist mittlerweile eigentlich
235 Einordnung. Vieles berichtet man nicht mehr, weil man es eh irgendwo schon gehört hat.
236 Sondern es ist eher wichtig zu sagen „was heißt das, was von dem was da kursiert stimmt
237 wirklich“, also hintergründige Informationen zu geben. Aber auch also ich glaube früher
238 konnte man das einfach ignorieren ... also wenn einem irgendwas lächerlich vorgekommen
239 ist also irgendwelche Verschwörer und so weiter, dann ist das ein kleiner Haufen den konnte
240 man ignorieren aber durch das Internet sind die sehr laut geworden und können den Diskurs
241 prägen und das kann man auch wenn man das möchte nicht mehr ignorieren sondern da
242 muss man drauf eingehen. Zum Beispiel diese immer wiederholte Autismus-Studie wo man
243 zum Schluss gekommen ist, dass die Impfung zu Autismus geführt hat, was zigfach widerlegt
244 ist, aber so Dinge kann man nicht ignorieren, sondern die muss man klug aufgreifen, so dass
245 sich das nicht verstärkt. Und das hat sich massiv geändert also man ist sehr Journalismus ist
246 sehr getrieben von gerade dieser tagesaktuelle Journalismus ist total getrieben von Agenda-
247 Setting, ob das durch die sozialen Medien ist, durch PR-Berater, durch politische Kabinette
248 und so weiter. Ich glaube das müsste auch nicht so sein, ich glaube da könnte man selber
249 mehr überlegen, was man da aufgreift und was nicht. Aber Journalismus ist sehr getrieben
250 heute und ... ja.

251
252 I: In der Medienwelt du hast jetzt eh schon ein paar Begriffe genannt mit dem Agenda-
253 Setting und so bzw. vor allem auch bei sogenannten Qualitätsmedien und beim öffentlich-
254 rechtlichen Rundfunk beim ORF gibt es den Begriff des Bildungsauftrages. Was verstehst du
255 darunter als Bildungsauftrag? Was kann das bedeuten?

256
257 P: Also beim ... ich finde es kommt ein bisschen drauf an. Beim ORF zum Beispiel man
258 ärgert sich dann ja immer wieder dass zum Beispiel *Im Zentrum* so langweilig ist, und ich
259 finde das auch langweilig, aber also beim ORF bei öffentlich-rechtlichem Fernsehen finde ich
260 den Bildungsauftrag sehr spezifisch weil es da wirklich wichtig ist, dass jede politische Partei

261 die im Parlament vertreten ist, ausreichend vorkommt, damit man Informationen darüber
262 bekommt, was die eigentlich wollen und ob ich das jetzt gut oder schlecht finde. Und ... ja.
263 Was ist Bildungsauftrag. Und ansonsten deckt es sich eigentlich mit dem was ich vorher
264 erzählt hab: Informationen geben, damit Leute Entscheidungen treffen können und vor allem
265 in der Wahlkabine. Also das ist eigentlich das Wichtigste. Und unabhängig von Wahlen
266 natürlich Bürgerinnen und Bürgern Informationen dazu zu geben, was denn auf der Welt
267 passiert und warum und wie sich das ändern lässt. Also da ... und was vielleicht dazu
268 kommt, was eigentlich nett ist beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen weil es sich nicht drum
269 finde ich es schade, dass es beim ORF da wenig gibt oder zu wenig, dass zum Beispiel den
270 Medienkonsum den ich beschrieben habe mit vielen Newslettern, Podcast, Twitter, der neigt
271 dazu, dass ich mich ganz viel mit Themen beschäftige, mit denen ich mich sowieso
272 beschäftigen möchte. Das mache ich bewusst, weil ich es will, aber gleichzeitig wird man
273 dann blind für manche Entwicklungen in anderen Bereichen. Und das ist für mich auch ein
274 Bildungsauftrag und das ist online immer schwerer, das ist das Nette wenn man eine
275 Printzeitung liest: online klicke ich nur auf die Titel die mich interessieren, wenn ich eine
276 Zeitung von vorne bis hinten durchschaue, werde ich auch mit Sachen konfrontiert, die ich im
277 Internet sicher nicht lesen würde. Und das gehört für mich auch ein bisschen zum
278 Bildungsauftrag dazu, die Leute mit Dingen zu konfrontieren, die sie sonst nicht
279 interessieren, und das auf eine Art und Weise zu präsentieren, dass es die Leute dann doch
280 interessiert.

281
282 I: Nimmt irgendwie ein Bildungsauftrag für dich eine besondere Stellung ein, dass du sagst
283 du bist Journalist eben weil du so einen Auftrag eine Motivation verspürst eben, Bildung zu
284 verbreiten, wenn man es jetzt einmal so nennen will. Du hast das vorhin mit dem *Spiegel* das
285 angedeutet das „Sagen, was ist“, hat ja auch so irgendwie diese Motivation inhärent
286 innegelegt, dass man aufklären möchte und aufzeigen will, was ist, ist natürlich immer eine
287 Frage was ist, was kommt zuerst irgendwie auch oder, ist viel Interpretation. Aber nimmt so
288 ein Bildungsauftrag für dich irgendwie eine Stellung ein für deine Arbeit speziell?
289

290 P: Ich glaube ja, weil die ja die ganze Idee hinter *Erklär mir die Welt* ist Bildung und
291 Aufklärung. Und mir Dinge anzuschauen oder das so aufzudröseln, dass das interessant ist
292 für Leute und das finde ich immer wieder schade, dass Medien oft Debatten führen wo man
293 dann ... ich kenn auch diesen Trade-off zwischen möglichst genau und detailliert zu
294 informieren und gleichzeitig die Leute mitzunehmen und alles erklären worum es da geht.
295 Und da braucht es glaube ich kreative Formate und ich versuche, dass *Erklär mir die Welt*
296 eines davon ist, das aufzubrechen und beides zu schaffen. Aber allgemein ist mir das total
297 wichtig und ich glaube Journalismus der keinen Bildungsauftrag spürt, ja der macht etwas
298 falsch. Also das gehört irgendwie dazu, das Aufklären, auch historisch wie Zeitungen
299 entstanden sind, welche Rolle Zeitungen immer wieder gespielt haben, auch
300 Aufdeckungsjournalismus, da geht es viel um Aufklärung und Bildung und eine aufgeklärte
301 Welt wäre ohne Medien nicht denkbar. Und das möglichst zu verbreitern und nicht nur für ein
302 kleines Publikum, das sich ohnehin sehr viel informiert, das ohnehin aufgeklärt ist, sondern
303 auch für ein breiteres Publikum zu machen, das finde ich eine ganz wichtige Aufgabe.
304 Deswegen finde ich es auch super was die *Heute* macht, weil Boulevardjournalismus glaube
305 ich ganz wichtig ist, aber leider oft ganz schlecht gemacht ist. Das ist auch irgendwie sehr
306 einfach wenn man Geld verdienen möchte dann bedient man die niederen Instinkte des
307 Menschen. Aber so zum Beispiel die *Heute* die wirklich recht ordentlichen Journalismus
308 verbindet mit kurz, knackig, auch lustig, weil die Leute gerne so etwas lesen das finde ich
309 eigentlich sehr charmant und wichtig. Und darum ärgere ich mich sehr oft wenn das in so
310 AkademikerInnenkreisen so zum guten Ton gehört, dass man die *Heute* als Scheißzeitung
311 findet und so etwas liest man nicht weil da ist man ja zu klug dafür und ich finde da braucht

312 es viel mehr davon. Und jetzt weiß ich gar nicht mehr was deine Frage war. Achso der
313 Bildungsauftrag ja.

314

315 I: Genau also welche Stellung der Bildungsauftrag so für dich einnimmt in deiner Arbeit. Mit
316 *Erklär mir die Welt* da hast du eh so die Tagline „Der Podcast der dabei helfen soll die Welt
317 jede Woche ein bisschen besser zu verstehen“. Könnte man das so als deinen
318 Bildungsauftrag zusammenfassen, inwiefern deckt sich das mit dem Begriff?

319

320 P: Ja, voll. Also das finde ich ist nicht zufällig gewählt, das finde ich das ist mein Motto nicht
321 nur bei *Erklär mir die Welt* sondern auch wenn man mein Buch liest hoffe ich, dass man die
322 Welt ein bisschen besser versteht und wenn man meine Artikel liest, hoffe ich das auch. Und
323 das ist einerseits wichtig aus den eh schon erwähnten Gründen aber andererseits ist das für
324 mich auch so ein Hobby ich freu mich jedes Mal wenn ich irgendwas neu verstehe und die
325 Welt da begreifbar ist für mich ist das auch einfach das gehört für mich zu einem guten
326 Leben dazu, dass man bewusst lebt, und die Dinge um einen reflektiert und dann auswählt,
327 was man eigentlich wichtig findet und was man weniger wichtig machen möchte. Und da
328 gehört es auch dazu, die Welt zu verstehen und das alles was da draußen passiert und das
329 zu verstehen zumindest einen Bruchteil davon. Und das ist etwas das ich sehr oft höre, bei
330 *Erklär mir die Welt* aber auch bei anderen Dingen: sehr viele Leute schließen ein bisschen
331 ab mit der ganzen Welt und man ignoriert das dann, weil es einfach zu viel ist. Auch weil die
332 Medien sich auf negative Dinge beschränken. Und das finde ich sehr schade und
333 Journalismus darf nicht dazu führen, dass die Leute sich nicht mehr damit beschäftigen
334 wollen. Und das ist ein Feedback das ich oft bekomme und das ist für mich der größte
335 Ritterschlag, nämlich, dass Leute sagen, sie haben das gelesen oder gehört und jetzt
336 schauen sie nicht mehr so apathisch auf die Welt. Und das liegt sicher nicht daran, dass ich
337 die Probleme der Welt ignoriere, weil ich beschäftig mich nur mit Armut, Klimakrise,
338 Biodiversitätskrise und so weiter, also da geht es immer um die großen Probleme, aber es ist
339 die Art und Weise wie man sich damit auseinandersetzt, kann man glaube ich schauen, ob
340 die Leute dann aktiviert werden dadurch oder ob sie schreiend davon laufen und die
341 Jalousien runter lassen.

342

343 I: Vielleicht eine kurze Antwort. Glaubst du hat sich dieser Bildungsauftrag den wir gerade
344 besprochen haben durch die Digitalisierung irgendwie verändert, wenn ja inwiefern? Also
345 sind da neue Anforderungen gekommen? Du hast vorhin schon Herausforderungen durch
346 digitale Plattformen und so weiter skizziert, aber speziell auf diesen Bildungsauftrag
347 bezogen, hat sich da etwas getan?

348

349 P: Also ich glaube das Grundprinzip ist das gleiche wie immer. Ich glaub aber um dieses
350 Grundprinzip zu erfüllen, nämlich um zu informieren damit die Leute gute Entscheidungen
351 treffen können, muss man als Medium heute auch versuchen zu kommunizieren in diesem
352 unendlich vollen Internet, warum man das jetzt eigentlich glauben sollte, was wir schreiben
353 oder was wir sagen oder was wir in einem Video aufnehmen, also warum das jetzt
354 glaubwürdig ist. Und ich glaube da ist viel wichtiger geworden, diesen Prozess zu offenbaren
355 und transparent zu sein. Also zu zeigen, warum berichte ich über bestimmte Themen, über
356 welche nicht, warum habe ich diesen Fokus jetzt gelegt, wie habe ich recherchiert und so
357 weiter. Das mache ich zum Beispiel bei fast allem. Ich schreib bei meinen Artikeln dazu: Mit
358 wem habe ich telefoniert? Was habe ich gelesen? Warum ist das für mich interessant? Und
359 zum Beispiel auch bei *Erklär mir die Welt* da gibt es halt auch Werbung von Ministerien und
360 Unternehmen. Und ich lege auf meiner Homepage offen, wer da wie viel bezahlt hat. Ich lege
361 offen, wer für Vorträge bezahlt hat und so weiter. Also ich versuche einfach ganz offen und
362 ehrlich zu kommunizieren, was ich da mache und welche Abhängigkeiten es da vielleicht
363 gibt. Und ich glaube das ist das was Glaubwürdigkeit fördert. Weil das Internet ist voller und

364 ich war vor Corona viel in Schulen um über Journalismus zu reden. Und bei ganz vielen
365 Leuten hat man so das Gefühl also die sind schon so reflektiert um zu wissen was im
366 Internet steht, das stimmt nicht unbedingt. Aber dass es für gewisse und das versuche ich
367 immer, dass es dann hängen bleibt, dass es im Internet gewisse Seiten gibt, denen man
368 eher glauben kann als anderen, das finde ich wichtig, und das glaube ich muss man
369 einerseits über gutes Marketing eine gute Brand aufbauen. Und andererseits transparente
370 Prozesse, transparente JournalistInnen, daran muss man jeden Tag arbeiten und darum
371 finde ich es auch so super was zum Beispiel die *Zeit* macht mit so Werkstattblogs wo man
372 darüber – ich glaube das heißt „Glashaus“ ich habe es schon lange nicht mehr gelesen ich
373 weiß gar nicht ob es das noch gibt, ich vermute schon – wo sie einfach erklären warum sie
374 jetzt gewisse Dinge in dieser Art und Weise berichten. Also das hat sich geändert, ich glaube
375 darauf muss man viel mehr Wert legen, weil die Leute jetzt so eine große Auswahl haben an
376 verschiedenen Quellen und da muss man ganz offensiv zeigen, warum man eine
377 verlässliche Quelle ist.

378

379 I: Du hast damit jetzt eh schon ein sehr wichtiges Stichwort genannt mit der Schule,
380 deswegen komme ich zum letzten thematischen Block und mache da ein bisschen einen
381 Sprung hin zum klassischen Bildungsbereich eben. Also einerseits können wir dann gern
382 noch kurz über die Schule reden und da würde es mich sehr interessieren wenn du erzählen
383 da könntest von diesen Schulbesuchen die du angesprochen hast. Davor möchte ich noch
384 fragen, was Medienkompetenz für dich bedeutet heutzutage.

385

386 P: Also einerseits ... zwei Dinge sind wichtig: einerseits diese Quellenkunde, unterscheiden
387 zu können was ist eine verlässliche Quelle und was nicht. Also wo kann ich – wenn ich eine
388 Frage habe – etwas nachschauen, und kann zumindest darauf bauen, dass sich Leute Mühe
389 gegeben haben, mich zu informieren. Und andererseits ... was wollte ich sagen. (...)

390

391 I: Was Medienkompetenz für dich bedeutet heutzutage.

392

393 P: Ja also einerseits ist es Quellenkunde und andererseits diese Erfahrung die jeder, der mal
394 – ich weiß nicht ob das bei dir jetzt auch so ist – aber bei mir war das am dritten Tag meines
395 ersten journalistischen Praktikums, habe ich Zeitungen anders gelesen. Wo ich mir gedacht
396 habe, also es ist so wenn etwas auf einem gedruckten Papier ist dann, oder wenn es im
397 Fernsehen ist – ich glaube viele Leute denken so wenn es im Fernsehen ist das muss
398 stimmen, weil das ist da im Fernsehen. Und wenn man merkt wie die Leute arbeiten, die das
399 machen, die sich alle Mühe geben, aber alle gestresst und manchmal freuts einen nicht und
400 manchmal hat man keine Zeit dann diesen Kontroll- diesen Gegencheck zu machen und so
401 weiter. Und da kommt sehr oft dieses Gefühl bei jungen JournalistInnen so „uh“, wenn man
402 es eh nicht schon wusste, Medien muss man immer mit Vorsicht genießen. Was eh eine
403 Binsenweisheit ist eh völlig klar, aber das Gefühl, was da steht in der Zeitung, der hat sich
404 Mühe gegeben, und das ist jetzt nicht irgendwas im Internet. Aber der Mensch hat einen
405 eigenen Bias, eine eigene Meinung, gewisse Vorstellungen. Der hat jetzt ziemlich sicher
406 nicht ausreichend Zeit gehabt um das ordentlich zu machen, weil so funktioniert leider
407 Journalismus heute großteils. Also das gehört für mich zur Medienkompetenz also einerseits
408 quasi niemandem zu glauben und immer zu versuchen und andererseits aber doch gewissen
409 Quellen eher zu glauben als anderen. Also zu wissen, dass *Wochenblick* oder *Info direkt*
410 oder auch das gibt es jetzt auch von der ÖVP und von der SPÖ jeder macht ein eigenes
411 Medium. Und das ist bei mir so ein Ding: Ich les die überhaupt nicht weil das ist für mich auf
412 einer Stufe mit einer Presseaussendung. Und es gibt so viele gute Zeitungen, interessante
413 Medien, warum sollte ich etwas lesen, was einer politischen Partei gehört. Also meine Eltern
414 sind Bauern und da gab es auch immer das Volks...wie hieß das *Volksblatt* oder
415 *Volkszeitung* von der ÖVP eh die einzige Parteizeitung die es noch wirklich täglich gibt, auch

416 das finde ich absurd, warum sollte ich Nachrichten von einer Partei lesen wollen. Und das ist
417 wichtig also Quellenkunde aber auch so quasi „traue niemandem“.

418

419 I: Daran anknüpfend: Nehmen für dich Journalistinnen und Journalisten in diesem
420 allgemeinen Feld der Medienbildung also wo man sagt es ist zum Beispiel Medienbildung ist
421 als Unterrichtsprinzip im österreichischen Lehrplan verankert, was bedeutet eigentlich, dass
422 alle Lehrpersonen in der einen oder anderen Form Medienbildung fördern sollten. Also es
423 gibt auch in der Medienpädagogik viele verschiedene Stränge usw. Aber in diesem
424 allgemeinen Feld der Medienbildung – es gibt auch teilweise einzelne Unterrichtsfächer aber
425 jetzt einfach einmal so allgemein gesehen: Nehmen Journalistinnen und Journalisten da für
426 die Vermittlung von Medienkompetenz eine bestimmte Rolle ein und wenn ja wie sieht diese
427 aus oder in welchem Verhältnis stehen dazu Journalistinnen und Journalisten?

428

429 P: Also ich glaube sie haben eine Rolle, nehmen die viel zu wenig wahr. Ein schönes
430 Beispiel ist für mich der Florian Klenk, der so ein Vorbild ist, der so offen und ehrlich in
431 sozialen Medien auftritt also nicht nur auf Twitter wo halt ganz wenig Leute sind, sondern
432 auch auf Facebook immer wieder zu erklären: Was macht man eigentlich? Warum? Wie
433 recherchiert man? Und ich finde das ist eine wichtige Aufgabe um auch zu merken, also man
434 merkt ja auch wenn man dem Florian Klenk folgt, der hat gewisse Meinungen und gewisse
435 Vorstellungen von der Welt, und das ist ja für mich eine wichtige Info wenn ich einen Text
436 von ihm lese und das ist was ich vorhin mit der Transparenz gemeint habe und wenn man
437 das macht glaube ich vermittelt man diese beiden Dinge einerseits „glaub nicht alles was ich
438 schreibe, weil man merkt ich habe gewisse Vorstellungen wie die Welt aussehen sollte und
439 darum schreibe ich auch gewisse Texte so oder so oder recherchiere auf diese Art und
440 Weise.“ Und andererseits man merkt hoffentlich wenn man öffentlich über seine Arbeit
441 erzählt und auch erklärt warum er jetzt den interviewt hat und so weiter, man merkt dass die
442 Leute das mit Vorsicht machen, dass sie reflektiert sind, dass sie sich das gut überlegt
443 haben. Und dann weiß ich auch ok die Quelle ist vielleicht nicht kompletter bullshit, weil da
444 gibt es jemanden, der sich Mühe macht, dass er einen Text schreibt, der möglichst nahe an
445 die Wahrheit kommt oder der möglichst, zum Beispiel bei mir ich mach keine klassischen
446 Berichte mehr, ich versuch immer Probleme aufzudröseln. Und ich hoffe, dass bei mir die
447 Leute das Gefühl haben, unabhängig davon, dass ich auch meine Meinung habe und dass
448 ich gewisse Prioritäten setze. Aber dass ich versucht habe, möglichst nüchtern, alle
449 verschiedenen Seiten zu hören und dann mir ein Bild zu machen. Und ich glaube mit dieser
450 Offenheit, mit dieser Transparenz kann man das machen und das wäre für mich so eine
451 ganz wichtige Aufgabe von Journalismus, nicht nur da in unseren Redaktionskammern zu
452 machen sondern auch die Leute dran teilhaben zu lassen. Und andererseits wenn es die Zeit
453 zulässt, auch immer wieder nach draußen zu gehen. Und keine Ahnung auch einmal in
454 einem Pub zu reden und Vorträge zu halten. Auch einmal in die Schule zu gehen. Ich glaube
455 das macht bei vielen jungen Leuten etwas, wenn die zumindest mal, zum Beispiel der Armin
456 Wolf macht das vor ich weiß nicht vor wie vielen Tausend SchülerInnen vor denen er schon
457 geredet hat. Und wenn man einfach einmal im Kopf hat, irgendwann einmal vor zehn Jahren
458 da war dieser Journalist, bei dem habe ich gemerkt, er gibt sich total Mühe mit dem was er
459 macht. Und ich glaube wenn man so ein Bild hat dann liest man anders und dann schaut
460 man die *Zeit im Bild* anders. Und ich glaube das ist auch wichtig ist natürlich in einer idealen
461 Welt wichtig. Ich weiß, dass es viel Zeitnot gibt und so weiter, aber das wäre auch eine
462 wichtige Aufgabe irgendwie raus zu gehen, die Leute rein schauen zu lassen und irgendwie
463 auch mit denen zu reden und in den Diskurs zu treten.

464

465 I: Was bedeutet das konkret für dich und deine Schulbesuche, die du da vorhin
466 angesprochen hast? Also das möchtest du damit umsetzen würde ich mal so annehmen
467 aber wie läuft das ab oder was denkst du dir dabei oder auch vor dem Hintergrund dieses

468 vorhin besprochenen Bildungsauftrages, was ist dabei für dich wichtig oder eine Motivation
469 das zu machen?
470

471 P: Also das ist unterschiedlich. Ich mache manchmal so Podcast-Workshops in Schulen und
472 da geht es dann gar nicht so um Journalismus oder da finde ich wichtig, dass die Leute
473 sehen, einfach um zu zeigen, es gibt verschiedene Dinge die man machen kann und durch
474 das Internet ist es sehr einfach geworden, selber so ein kleines Medium zu sein und wenn es
475 nur ist für zehn Freunde. Aber einfach zu zeigen man kann mit relativ wenig Geld und dem
476 eigenen Handy einen Podcast machen so geht das, da ist es mir irgendwie wichtig zu
477 zeigen, dass man etwas machen kann wenn man da Energie rein stecken möchte. Und
478 ansonsten rede ich ... die häufigsten Schulbesuche mache ich über eine NGO die heißt Lie
479 Detectors ich weiß nicht ob du die kennst, ... ja, und das ist auch super, ich habe am Anfang
480 auch schon öfter in Klassen geredet so über meinen Job und was ich da mache und hab
481 dann einfach gemerkt, ich kann das überhaupt nicht also ich rede da und die Leute
482 langweilen sich und checken nicht wirklich, was ich ihnen da erzähle und das Tolle bei Lie
483 Detectors ist, da geht es auch viel um diese Quellenkunde und auch darum zu sehen, was
484 im Internet ist Bullshit und was davon kann ich eher glauben. Und die haben einfach ein
485 super Konzept gemeinsam mit LehrerInnen und PsychologInnen glaube ich ausgearbeitet,
486 dass JournalistInnen reden können und da geht man in die Schule, man erzählt ein bisschen
487 praktisch von sich selber, aber auch man versucht gemeinsam zu recherchieren, zum
488 Beispiel zeige ich da gerne so Artikel vom *Postillon* dieser Satire-Seite und die Kinder sollen
489 herausfinden, ist das echt oder nicht, wie kann man sich die Website anschauen, wo kann
490 man noch googlen zu dem Thema und so weiter. Und ja da ist wichtig einerseits diese
491 Quellenkunde aber auch mir ist wichtig einfach den Leuten zu zeigen: Journalismus ist nicht
492 irgendein Ding im Elfenbeinturm sondern das sind Leute wie du und ich die sich Mühe
493 geben, und einfach ein Gesicht zu dem zu zeigen was da eigentlich so in einer Zeitung
494 passiert oder in einem Fernsehsender oder in einem Podcast oder wo auch immer.
495

496 I: Das heißt Journalistinnen und Journalisten sollen oder können in diesem Sinn auch in die
497 schulische Vermittlung eingebunden werden?
498

499 P: Voll. Und ich erzähl das manchmal KollegInnen, die sind immer ganz begeistert. Ich
500 glaube ganz viele LehrerInnen würden sich freuen wenn JournalistInnen kommen. Aber oft
501 fehlt so die Stelle dazwischen, also die Lehrer wissen nicht also es kann nicht jeder dem
502 Armin Wolf eine Mail schreiben. Und andererseits die JournalistInnen würden es eh machen
503 aber sie wissen jetzt auch nicht welche Schule, vielleicht manchmal die Schule vom eigenen
504 Kind oder vom Freund und so weiter. Und da finde ich so Vermittlungsstellen super die es
505 einerseits LehrerInnen aber auch den JournalistInnen es einfach machen das zu tun. Ich
506 glaube die Zeit nimmt sich dann also jeder Journalist kann drei Mal im Jahr in eine Schule
507 gehen und da reden. Und wenn das passieren würde, wenn man das vermittelt, dann würde
508 schon sehr viel passieren. Und ich bin generell ein Fan davon auch wenn ich zurückdenke
509 an meine Zeit als Schüler wenn da irgendjemand gekommen ist und erzählt hat aus seiner
510 Lebenswelt, dann finde ich das super und ich glaube das ist auch für Journalismus sehr gut.
511

512 I: Das heißt wenn wir noch einmal auf diesen Begriff des Bildungsauftrages zurückkommen.
513 Dann wenn ich dich da richtig verstehe würdest du schon sagen, dass dieser Auftrag sehr
514 breit gedacht werden kann jetzt eben nicht nur auf den tagespolitischen oder die
515 ursprüngliche Aufgabe von JournalistInnen im Sinne von Schreiben und Texte zu
516 produzieren sei es klassisch Zeitung oder Video, Audio was auch immer. Sondern auch
517 rauszugehen, Kontakt zum Publikum zu suchen, das jetzt auch medienmächtig geworden ist.
518 Und zu vermitteln auch Kompetenzen zu vermitteln, wie Journalismus ablaufen kann. Siehst
519 du das so als Bildungsauftrag an?

520
521
522
523
524
525
526
527
528
529
530
531
532
533
534
535
536
537
538
539
540
541
542
543
544
545
546
547
548
549
550
551
552
553
554
555
556
557
558
559
560
561
562
563
564
565
566
567
568
569
570

P: Ja das ist eine gute Zusammenfassung. Was man vielleicht dazu sagen muss jetzt all das was ich beschrieben habe, ist so ein bisschen dieses ewige Dilemma: JournalistInnen haben einerseits ganz eng arge Zeitnöte, da muss man vielleicht die Mutter pflegen oder die Kinder oder hat sonst ein Leben. Also das alles zusammenzubringen, jede Woche eine lange Reportage zu schreiben, aber auch dann noch mit den Leuten auf Facebook zu diskutieren, irgendwo geht sich das dann nicht mehr aus. Also ich würde es nicht so streng sagen wenn jetzt jemand nur die Hälfte von dem macht was ich sage, dann erfüllt man auch schon den Bildungsauftrag. Es ist auch nicht jeder Mensch dazu gemacht, dass man in sozialen Medien aktiv ist, das muss man auch wollen. Es ist auch nicht jeder Mensch dazu gemacht, dass er vor Schülern redet, das muss man auch können oder wollen. Aber wenn jeder da ein bisschen etwas versucht, dann ist da schon viel geschafft. Aber ja ich finde das gehört zum Job, wenn man sich da einsperrt, dann macht man Journalismus nicht richtig. Und was auch dazu kommt und das macht es eher wahrscheinlicher in der Zukunft dass es davon mehr gibt in der Zukunft: Journalismus muss sich immer mehr darum bemühen, dass die Leute etwas für die eigene Arbeit bezahlen, dass sie Abos abschließen, Mitglieder werden und so weiter. Das geht viel eher wenn man diesen persönlichen Kontakt hat und wenn man sie auf einer persönlichen Ebene davon überzeugt, dass die eigene Arbeit wichtig ist. Und das versuche ich seit vielen Jahren. Und das funktioniert auch im Podcast gut. Mir geben 300 Leute im Monat fünf Euro, einfach so weil sie es cool finden. Und weil sie es eben wertschätzen, dass da jemand die Arbeit macht. Ich glaube das ist damit immer mehr auch so ein ökonomisches Interesse, dass man diesen Bildungsauftrag den ich da beschrieben habe, dass man den auch erfüllt, weil man sonst einfach kein Geschäftsmodell hat in der Zukunft.

I: Würdest du dich in diesem Sinne irgendwie vielleicht so als Journalist auch so an der Schnittstelle zwischen wenn wir auf diese Rollen vom Anfang zurückkommen auch als Lehrer der Mediengesellschaft oder als Medienpädagoge irgendwie sehen?

P: Hmm ja, ich glaube das kann man so zusammenfassen. Also natürlich gibt es da jetzt Leute die... also ich habe nie Didaktik gelernt ich weiß nicht wie man das gut rüberbringt. Ich weiß, dass es Leute gibt wie du die das studieren, die das ordentlich lernen die das dann auf einer ganz anderen Ebene machen können. Aber in dem begrenzten Raum den man mit praktischer Erfahrung sich erschließen kann als Journalist, als Journalistin, kann man das auch auf eine Art und Weise pädagogisch rüberbringen und ist auch wichtig ja.

I: Vielen Dank. Ich hätte noch eine kurze Abschlussfrage wenn sich das zeitlich noch ausgeht für dich. Du hast das vorher schon sehr schön angedeutet, dass das natürlich eine Idealvorstellung ist, dass alle JournalistInnen jetzt auch in die Schule gehen sollten, sich erklären und auch den Dialog suchen sollten. Das trifft es ganz gut aus meiner Sicht zumindest wenn ich das anmerken darf mit der Utopie von Bernhard Pörksen. Das ist ein Medienwissenschaftler der sagt dir vielleicht etwas, der ist in Tübingen, der hat eben vor ein paar Jahren das Buch *Die große Gereiztheit* geschrieben. Er beschreibt die Utopie, die Vorstellung der redaktionellen Gesellschaft, dass wir heute alle medienmächtig geworden sind, dass es eben nicht mehr nur diese 200 Leute sind, die Nachrichten verbreiten, sondern wir alle. Und durch diese Medienmacht die wir nun haben, sollten wir auch medienmündig werden. Daher fordert auch, dass wir alle journalistische Kompetenzen entwickeln sollten und auch das in der Schule gelehrt werden sollte. Meine Frage wäre jetzt einfach kurz, du hast vorhin genickt also du kennst das, wie ordnest du diese Utopie ein. Sagst du das ist schön und gut auf dem Papier, nachdem was du vorhin gesagt hat, würde ich darauf schließen, dass das für dich sehr wichtig ist, aber wie ordnest du das so allgemein ein?

571 P: Also ich kenn den Pörksen aber nur aus Interviews, ich habe nie etwas von ihm gelesen,
572 deswegen kann ich da im Detail nichts dazu sagen. Es klingt sehr nachvollziehbar was du
573 von ihm zitierst. Andererseits denke ich aber zum Beispiel auch bei vielen Umwelt- und
574 Klimafragen gibt es auch immer dieses Plädoyer, Umweltbildung von früh an, ich glaube das
575 ist auch wichtig. Aber ... man könnte jetzt so viele Bereiche nehmen, zum Beispiel
576 Menschenrechte ja, Bildung, Bildung, Bildung. Ich finde das auch wichtig aber gleichzeitig...
577 ja. Ich sehe da in erster Linie das der Medien gefordert und auch die Schulen aber das
578 Plädoyer an die Leute, dass sie Kompetenzen erwerben müssen, ich glaube man muss das
579 den Leuten viel einfacher machen. Das muss quasi so passieren. Also wenn der *Standard*
580 jetzt so... zum Beispiel die *Zeit* macht das immer neben einer Reportage steht ein Kästchen
581 „über diese Geschichte“ oder so und da wird erklärt, warum wie und so weiter ist das
582 gemacht worden. Ich glaube man muss es den Leuten einfach machen, das muss on the go
583 passieren, dass man diese Kompetenzen erwirbt. Und ich glaub bei der Schule ist es auch
584 total wichtig ... und ich finde Utopien und Visionen wichtig, um zu wissen, wo will man hin.
585 Aber am Ende muss man es den Leuten sehr sehr einfach machen. Weil ich lese jeden Tag
586 einen anderen Aufruf, worüber ich mich eigentlich informieren sollte. Und mein Job ist es
587 mich zu informieren und ich kann mich nur in einem Bruchteil der Dinge wo ich mich
588 eigentlich informieren sollte. Pandemien sind ein gutes Beispiel. Jetzt sind wir alle super
589 informiert aber seit Jahrzehnten gibt es Leute die sagen wir müssen uns auf das vorbereiten,
590 wir müssen uns informieren und uns selber darauf vorbereiten. Also es gibt einfach
591 praktische Grenzen dieses „jeder muss, jeder muss“ und so weiter.

592
593 I: Aber bei deinen Ausführungen von vorhin möchtest du schon einen Beitrag dazu leisten,
594 dass Journalismus jetzt nicht nur in seiner Medienblase stattfindet, sondern eben auch
595 rausgeht zur Bevölkerung, in Schulen.

596
597 P: Voll, ja. Und das ist auch was ich gemeint habe, dass das an den Medien liegt. Man muss
598 es den Leuten einfach machen, heißt jetzt nicht, dass es für die Medien einfach ist und das
599 ist halt einfach auch Zeit und manchmal auch mühsam. Aber ich glaube das gehört
600 irgendwie zum Job dazu.

601
602 I: Ok dann zusammenfassend halte ich fest, dass du dich in deiner Arbeit als Erklärer siehst,
603 was sich auch in deinem Podcast zeigt. Dir ist wichtig, dass Journalismus breiter gedacht
604 wird als nur unter Anführungszeichen das tagesaktuelle Geschehen abzubilden und darüber
605 zu informieren, sondern auch so einen gewissen aktionistischen nicht im negativen Sinne zu
606 verstehen Ansatz verfolgt und auch hintergründiges aufbereitet und damit verbindest du
607 auch diesen Bildungsauftrag den der Journalismus für dich hat. Und siehst darin auch die
608 Notwendigkeit, hinauszugehen und eben den Dialog zu suchen und breiter aufzutreten
609 sagen wir es so und auch den Schülerinnen und Schülern das alles zu vermitteln.

610
611 P: [Handzeichen der Zustimmung und lachen]

612
613 I: Fällt dir dazu noch etwas ein das du hinzufügen möchtest?

614
615 P: Nein ich finde wir haben das gut abgedeckt und ich muss jetzt dann auch Schluss
616 machen. Aber ich fand es sehr sehr angenehm und auch toll weil du hast eh gemerkt bei
617 manchen Fragen da muss man erst mal kurz nachdenken, weil viele Fragen stellt man sich
618 dann nicht, also ich find die Frage toll, was ist Bildung und darüber werde ich jetzt auch noch
619 nachdenken heute.

620
621 I: Dann nochmals vielen Dank für die Zeit und das Gespräch.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht verwendet und die den benützten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Innsbruck, im Juli 2021

Benedikt Kapferer