

Die Medien in der Krise

Herausforderungen des Struktur- und Wertewandels in den Medien

Michl Ebner

Wenn von *Kultur in der Krise* bzw. *während der Krise* gesprochen wird und in meinem Beitrag analog von *Medien in oder während der Krise* die Rede ist, so ist zu konstatieren, dass sich die Medien in Italien oder in der EU bereits seit längerer Zeit in einer Krise befinden. Sie sind betroffen von einem Strukturwandel, der – unabhängig von der Finanz- und Wirtschaftskrise – sich durch das veränderte Medienverhalten der Menschen in den letzten 10 bis 15 Jahren entwickelt hat. Wenn man bedenkt, dass in Deutschland die Tageszeitungen in den letzten 15 Jahren jedes Jahr ein Prozent an Auflage verloren haben, in Italien in den letzten 10 Jahren fast 20 Prozent der Tagesauflage verloren gegangen ist, dass im gleichen Zeitraum aber das Anschauen etwa von Fernsehsendungen oder die Nutzung des Internets exponentiell gestiegen sind, nicht nur von der Anzahl der Bevölkerung her, sondern vor allem auch in Bezug auf die Zeitdauer des Verweilens vor dem Fernseh- oder Computerbildschirm, so stellt man fest, dass man mehr und mehr übergeht von einem aktiven zu einem passiven Medienkonsum.

Wenn sich dann zu diesem veränderten Medienverhalten zudem eine wirtschaftliche Krise einstellt, die nicht nur einen Käuferschwund bei den Printmedien herbeiführt, sondern auch zu einem – in Italien bei etwa 30 % liegenden – Ver-

lust von Werbeaufkommen in den Medien führt, dann braucht man sich nicht zu wundern, dass die Medien in einer Form reagieren, mit der sie glauben, Positionen, Leser und Werbeaufkommen halten zu können. Dabei wird häufig gegen den ursprünglichen journalistischen Auftrag, wie man verantwortlichen Journalismus verstehen sollte, gehandelt. Im journalistischen Bereich wird einerseits versucht, sich der Gesellschaft und den Entwicklungen der Gesellschaft so weit wie möglich anzupassen, was eine Nivellierung nach unten bedeutet. Andererseits versucht man eine Anpassung an die Geldgeber, das heißt vor allem eine Anpassung der Mediengestaltung an die Wünsche der Werbewirtschaft. Dieser Entwicklung entsprechend werden Inhalte und Werbung zunehmend vermischt. In beiden Anpassungsfällen ist dies eine überaus bedenkliche Entwicklung, bei der die Medien sich immer mehr von der Vorstellung entfernen, für Qualität, Kultur und die Vermittlung von Werten verantwortlich zu sein.

Ich glaube, dass die Medien, vor allem die Printmedien, aufgrund eines Generationenproblems im Bereich der Leserschaft in Zukunft mit weiteren Problemen konfrontiert werden. So bestehen in Deutschland zum Beispiel die Konsumenten von überregionalen Tageszeitungen zu über 50 Prozent aus über Fünfzigjährigen. Von den Zwanzigjährigen konsumieren in Deutschland nur vier Prozent überregionale Medien regelmäßig in Form überregionaler Tageszeitungen. Das bedeutet: wir stehen hier vor einer Krise der Printmedien mit ungeahntem Ausmaß, wenn es nicht gelingt, auch die neuen jungen Generationen in die Lesergemeinschaft hineinzubringen. Die Frage, die sich hierbei stellt, ist die, ob dieses Phänomen nur abhängig von dem reinen Konsumverhalten ist oder ob dies auch ein Zeichen ganz neuer Lebensformen darstellt. In einer Gesellschaft, in der die Anzahl der Singlehaushalte stetig zunimmt und die Kinderanzahl ständig abnimmt, ist das Zeitung lesen nicht mehr ein familiäres Ereignis, sondern letztendlich zu einer Exotentätigkeit geworden. Man nimmt Printmedien nur noch vereinzelt zur Hand, eventuell in öffentlichen Lokalen, aber sie sind nicht mehr integrativer Teil des familiären Lebens. Teil des familiären Lebens hingegen sind und werden immer stärker vor allem die Funkmedien, insbesondere das Fernsehen. Zu der Zeit, als in Italien ausschließlich zwei bzw. drei staatliche Fernsehanstalten existierten, besaß das Fernsehprogramm einen sehr

hohen qualitativen Standard. Mit dem Einzug der privaten Fernsehanstalten in Italien, und das hängt nicht nur mit einem bestimmten Unternehmer zusammen, sondern ist ein generelles Phänomen in Italien, ist die Qualität teilweise senkrecht abgestürzt. Wenn Sie heute zu den abendlichen Hauptsendezeiten Fernsehen konsumieren, dann haben Sie entweder Shows mit einer Vielzahl von sehr einfachen, wenn nicht zum Teil geradezu dümmlichen Fragen, einer Vielzahl von sehr hübschen, sehr gut gewachsenen, nicht unbedingt dem Durchschnitt der Bevölkerung in Italien entsprechend aussehenden und bekleideten Frauen. Sie können auch amerikanische Seifenopern anschauen. Wenn Sie auf seriöse Information zurückgreifen wollen, dann haben Sie zwar noch um 20 Uhr eine relativ gute und breit gestreute Informationsmöglichkeit, für den restlichen Teil des Tages wird Information und politische Kommunikation allerdings in die Randzonen verdrängt. Dieser Umstand wirkt sich massiv auf die italienische Tageszeitungs- und Wochenzeitungspresse aus.

Wir – und ich komme ja aus einem Medienunternehmen, das diesbezüglich eine andere Linie verfolgt – gehen nicht davon aus, dass man in unserer Tageszeitung sagt: Nur schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten. Wir glauben auch nicht, dass die Verrohung der Sprache zusätzliche Käufer und Leser einbringt, obgleich wir feststellen, dass die Verrohung der Sprache, die Anpassung an die primitiven Interessen der Bevölkerung im Sinne von „Sex and Crime“ in den Tageszeitungen in einer Form Einzug gehalten hat, die völlig unverständlich ist. Trotzdem ist bei uns kein Rückgang der Auflage erfolgt. Hinzu kommt ein drittes Phänomen: Die zunehmende Verantwortungslosigkeit der Medien gegenüber dem einzelnen Individuum und der Gesellschaft an sich. Diese drückt sich dadurch aus, dass man auch bei berichtenswerten oder kritisierbaren Situationen und Ereignissen das Maß der Zuträglichkeit und den Schutz der Würde des Menschen nicht mehr berücksichtigt. Ich glaube, dass wir in dieser Krise, die nicht nur eine Strukturkrise ist, uns selber grundsätzlich hinterfragen müssen. Wir müssen uns eine Meinung darüber bilden, ob wir eine Diskussion führen müssen über die Medien generell, über die Ethik in den Medien und die Frage der Menschenwürde. Meiner Ansicht nach ist dies ein dringendes Gebot, weil wir bisher einen Weg eingeschlagen haben, der aus meiner Sicht nicht der richtige ist.