

Medien und Informationskompetenz– von der Überflutung mit Informationen

Ragıp Duran

Ich möchte hier über Informationsverschmutzung sprechen, über Geschichte, Definition, Funktion und Nutzung dieses Begriffs. Dazu werde ich ein Beispiel anführen und daran anschließend über die Methoden zur Bekämpfung dieser Informationsverschmutzung Auskunft geben.

In einer Periode, als das Druck- und Pressewesen noch intakt war, sprach man kaum oder nur sehr wenig von einer Informationsverschmutzung. Aus diesem Grund ist diese Verschmutzung ein Phänomen, das sich in der Zeit der Medienherrschaft herausgebildet hat.

Verschmutzung ist in der letzten Zeit vor allem in der Umweltliteratur häufiger anzutreffen, und zwar in der Form von Umwelt- sowie audiovisueller Verschmutzung. In Analogie dazu versuchte man, eine solche Sichtweise auch auf die Medien anzuwenden.

Wenn Sie in einer Suchmaschine im Internet die Worte „Medien und Verschmutzung“ oder „Info Pollution“ eingeben, dann werden Sie in den meisten Fällen Informationen über Themen erhalten, die die Umweltverschmutzung betreffen.

Interessant hierbei ist, dass der Begriff „Informationsverschmutzung“ sowie seine Anwendungsbereiche in der Literatur meistens für das Internet gebraucht werden. Also für die Reklame- und Werbeanzeigen, die auf dem Wege einer E-Mail zu uns gelangen.

Bezüglich einer Definition der Medien herrscht wahrscheinlich Einigkeit. Was aber ist „Informationsverschmutzung?“ Versuchen wir, eine Antwort auf diese Frage zu finden. Der Internet-Guru Jakob Nielsen hat in seiner Definition aus dem Jahre 2003 vier Eigenschaften aufgezählt:

(Irrelevant) mit einem Thema in keiner Beziehung stehend, ungültig, unverständlich,

(Redundant) unnötig, überflüssig,

(Unsolicited) unerwünscht, nicht gefordert,

(Low value) von geringem Wert, alle wertlosen Informationen tragen zur Verschmutzung bei.

Wahrscheinlich wäre es das Beste, nun alle diese Eigenschaften einzeln

zu bewerten und zu analysieren, denn nicht alle weisen eine mathematische, konkrete und indiskutable, d.h. eine objektive Bedeutung auf. Jede Eigenschaft ist, so gering dieser Anteil auch sein mag, gleichzeitig subjektiv. Eine Information, die für Sie überflüssig ist, kann für eine andere Person wichtig sein. Eine Information, die Sie nicht wünschen, kann vielleicht für einen anderen nützlich sein. Jedes Wort und jede Eigenschaft hat unübersehbare subjektive Bedeutungen und Wertvorstellungen.

Damit wir einen Ausweg aus diesem Dilemma finden können, müssen wir Regeln, d.h. Kriterien, aufstellen. Wir brauchen ein oder mehrere Kriterien, die uns dabei helfen, zu entscheiden, welche Information schmutzig, d.h. überflüssig, und welche sauber, d.h. nützlich, ist.

In dem Maße, in dem es unterschiedliche Medienorgane (Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet, Outdoor etc.) mit unterschiedlichen Funktionen, Inhalten und Herangehensweisen gibt, so gilt doch auch für alle Medienorgane, deren Schwerpunkt auf der Funktion der Berichterstattung liegt, dass sie über dieses Nachricht genannte Ding oder Phänomen im Besitz einer genauen Definition oder Anschauung sein müssen, so z.B. die Nachrichten auf der ersten Seite, die Schlagzeilen mit ihren Untertiteln, Nachrichten aus Polizei- und Gerichtswesen, Sportnachrichten, Unterhaltung usw.; hierzu existieren die verschiedensten Unterkategorien.

Wenn wir uns bei einer Definition der Verschmutzung die o.e. Eigenschaften einzeln vor Augen halten, dann müssen wir, um feststellen zu können, welche Information unnötig, unzutreffend, ohne Bedeutung, überflüssig, ungültig oder nicht erwünscht ist, eine Entscheidung darüber treffen, welche Information denn zuerst erfor-

derlich, zutreffend, von Bedeutung, nützlich, gültig oder gefordert ist. Dieses können wir in dem Fall, in dem wir beim Beispiel der Zeitung bleiben und die Vermutung aufstellen, dass eine Nachricht der Hauptbestandteil einer Zeitung ist, durch Feststellung der richtigen Definition und des Inhaltes der Nachricht nachweisen, wobei alle Informationen, die nicht mit dieser Definition übereinstimmen, als Verschmutzung zu werten sind. Es gibt allerdings noch keine Definition einer Nachricht, über die sich alle Akademiker und alle praktizierenden Journalisten hundertprozentig einig wären. Nachrichten sind ein sozio-kulturelles Phänomen/Produkt, das unweigerlich durch sehr unterschiedliche politische, wirtschaftliche, kulturelle oder ideologische Faktoren beeinflusst wird und je nach Zeit und Raum unterschiedliche Identitäten, Dimensionen, Inhalte oder Herangehensweisen und sogar unterschiedliche Formen zeigen kann. Auch wenn bezüglich einer umfassenden Definition einer Nachricht nicht jeder der gleichen Meinung sein wird, so lässt sich doch weder in der Türkei noch in weltweitem Maßstab über mindestens 3-4 Grundcharakteristika, die eine Nachricht ausmachen, groß diskutieren.

Das wichtigste Charakteristikum für eine Nachricht ist ihre Richtigkeit. Wenn eine Information nicht richtig ist, dann kann sie nicht als Nachricht gewertet und damit auch nicht veröffentlicht werden.

Wenn eine Information (Rohinformation, Dokument, Ankündigung, Erklärung, Interview etc.) in die Form einer Nachricht gebracht werden soll, dann muss sowohl der Reporter als auch der Herausgeber eine Reihe von handwerklich-technischen Regeln beherzigen. Die erste

und wichtigste dieser Regeln, die kurz als 5N-1K (5N=was, wo, wann, wie, weshalb; 1K= wer) bezeichnet werden, besagt, dass eine Nachricht ein Geschehen so weit wie möglich in allen seinen Dimensionen dem Leser nahezubringen hat. Manche sehen diese 5N-1K-Regel als ungenügend an und fordern, dass man ebenso die fünf Sinne bei der Erarbeitung einer Nachricht hinzuziehen muss, aber mindestens sollte man, damit ein Text als Nachricht gesendet werden kann, d.h., damit er nicht unvollständig bleibt, sich an die 5N-1K-Regel halten.

Bei einem Phänomen wie einer Nachricht, deren politische, kulturelle und ideologische Einflusszonen beträchtlich sind, können Beziehungen zu den Machthabern bestimmend sein. Aus diesem Grunde muss, damit ein Text als eine ordnungsgemäße Nachricht angenommen werden kann, von allen dabei eine Rolle spielenden Parteien, Ressourcen und Machtzentren ein genügender und gleich großer Abstand eingehalten werden. Das wichtigste Element, das eine Nachricht von Werbung, öffentlichen Aktivitäten oder von Agitationspropaganda unterscheidet, ist dieser gleiche Abstand.

Damit wir einen Text als Nachricht akzeptieren können, gibt es aber noch eine Reihe von weiteren Vorbedingungen und Regeln, nämlich Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Gleichgewicht. Diese Regeln, die mit der Nachrichtentechnik und dem Verfassen von Nachrichten zusammenhängen, können nur realisiert werden, wenn man zum Beweis der Richtigkeit einer Nachricht sich auf richtige Informationen und Unterlagen stützt sowie einen überzeugenden und vertrauenserweckenden Stil pflegt. Zum Schluss muss die Nachricht die Ansichten und Informationen aller mit einem bestimmten Thema in Verbindung stehenden Parteien, zuallererst aber die der Gegenpartei, enthalten.

In den durch Fernsehen und Internet verbreiteten Nachrichtendiensten hat das Element der Schnelligkeit an Bedeutung zugenommen. Wettbewerb und Konkurrenz auf dem Handelssektor haben dem Element der Geschwindigkeit noch größere Bedeutung beigelegt. So lautet z.B. der Leitspruch des Fernsehkanals CNN International: „Sie bekommen die Nachricht zuerst“. Dieser Leitspruch versucht auf eine indirekte Weise, CNN als den Fernsehkanal darzustellen, der am schnellsten Nachrichten übermittelt. Man soll sich natürlich nicht mit zu spät gesendeten und bereits überholten Nachrichten zufriedengeben, aber die Tatsache, dass ich eine Nachricht zuerst sende und damit der Schnellste bin, darf kein Entschuldigungsgrund sein für die Übermittlung von unvollständigen oder falschen Nachrichten. Ist die Richtigkeit einer Nachricht nicht wichtiger als ihre Schnelligkeit? Der Sender BBC World, der gegen CNN sowohl im gewerblichen Bereich, aber mehr noch in seiner Ausrichtung opponiert, hat sich als Leitspruch den Satz „Zuerst die Nachrichten“ ausgesucht. Da in den heutigen Medien die Geschwindigkeit bei der Nachrichtenübermittlung die weiteren Elemente, die eine Nachricht ausmachen, in den Hintergrund gedrängt hat, ist sie somit als wichtiger Verursacher für Informationsverschmutzung auszumachen. Wenn ich darum bemüht bin, eine Nachricht als Erster zu senden, mir aber keine Zeit bleibt, zu prüfen, ob die Nachricht richtig ist und ob ich zu allen an ihr beteiligten Parteien den gleichen Abstand eingehalten habe, so passiert es sehr oft, dass eine Nachricht zwar sehr rasch ausgestrahlt werden kann, sich aber im Nachhinein als falsch herausstellt.

Es ist eine weit verbreitete Ansicht, dass eine Nachricht unbedingt interessant sein muss. Eigentlich ist es nicht so sehr das Interessante, sondern vielmehr das Neue, was zählt. D.h., die Nachricht darf nicht

veraltet und vorher an keinem anderen Ort ausgestrahlt worden sein. Ob eine Sache interessant ist oder nicht, kann man diskutieren, denn dies ist ein subjektiver Begriff. Was Sie interessant finden, kann für eine andere Person langweilig sein. Ein anderer kann nämlich eine Sache, die Sie zum ersten Mal gesehen und für interessant befunden haben, schon einige Male früher gesehen haben; deswegen ist für ihn jedes Interesse an dieser Sache erloschen. Interesse an einer Sache kann auch von zwei Personen verschieden interpretiert werden. Wenn man das Interesse in den Vordergrund stellt, dann wird man eines Tages anstelle der Nachrichten nur noch seltsam anmutende Programme ausstrahlen können, wie es schon einmal der Fall war.

Die Unantastbarkeit des Privatlebens ist bei uns eine wichtige Quelle der Informationsverschmutzung. Berühmte oder auch weniger berühmte Sänger, sie werden inzwischen Bühnendarsteller genannt, die in Bars oder Nachtclubs auftreten, bieten uns ihr Privatleben mit riesigen Fotos dar, obwohl das niemanden von uns, keinen einzigen Leser, interessiert. Das Rohmaterial der Magazin-Presse stellen Liebesbeziehungen, Geldangelegenheiten, Affären oder schlicht den Neid auf Andere dar, obwohl sich der normale Leser/Mitbürger überhaupt nicht für diese Informationen interessiert. Solcherart Nachrichten haben keinerlei Beziehung zur eigentlichen Aufgabe des Journalisten bzw. des Journalismus, nämlich den Leser/Mitbürger zu informieren und für ihn dadurch eine aktive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen. Diese Art von Journalismus, die sich auf die Illusion und Vorgaukelung eines schönen Lebens und auf die Erfindung von Geschichten stützt, resultiert nicht nur in einer Informations-, sondern auch in einer ideologischen Verschmutzung. So möchten junge Mädchen aus den Slumvierteln zu Stars werden ...

Einige Journalisten verteidigen jedoch die Ansicht, dass „das Privatleben von in der Öffentlichkeit stehenden Personen die Öffentlichkeit durchaus interessiert; deswegen bringen wir solche Nachrichten“. Das ist aber falsch, denn in der Journalismusliteratur unterliegt das Privatleben derjenigen, die unter die Kategorie „in der Öffentlichkeit stehende Personen“ fallen, einem besonderen Schutz. Desgleichen sollte es doch überhaupt so sein, dass ein Journalist sich nicht um in der Öffentlichkeit stehende Personen kümmern sollte, sondern nur dann, wenn eine ein öffentliches Amt bekleidende Person aufgrund ihres Privatlebens ihre öffentlichen Aufgaben vernachlässigt, Einblicke in dieses Privatleben nehmen dürfen.

Wir können hier noch weitere Kriterien anführen; ich möchte nur noch ein letztes vorstellen. Es ist das Kriterium, das wir „Wert der Nachrichten“ nennen. Der Leitsatz der New York Times lautet z.B.: „Alle Nachrichten, die es wert sind, veröffentlicht zu werden“. Dieses Kriterium ist aber sehr diskutabel; wir müssen es in seinem historischen Kontext verstehen. Bei ihrem ersten Erscheinen hatte die NYT aufgrund der Tatsache, dass es in den USA nur sehr wenige populäre Magazine gab, alles auf ihren Seiten dargebracht. Der o.e. Leitsatz wurde deswegen später geprägt, um anzuzeigen, dass es sich hierbei um eine seriöse Zeitung handelt. Was bedeutet aber „wert sein, veröffentlicht zu werden?“ Welche Kriterien gelten hier? Wer fällt die Entscheidung, die besagt, dass eine Nachricht gesendet werden kann oder nicht?

Damit man eine Entscheidung darüber treffen kann, ob eine Information den Wert einer Nachricht hat oder nicht, müssen wir uns noch einmal der Definition einer Nachricht zuwenden und versuchen,

folgende Fragen zu beantworten: Für wen machen wir Journalismus?
Für wen veröffentlichen wir unsere Nachrichten?

Der Journalismus unterscheidet sich in einem sehr wesentlichen Punkt von der Romanschriftstellerei, dem Inhalt von Poesiealben junger Mädchen, vom Inhalt der Briefe, die man an Partner und Freunde schreibt, von der Firmenkorrespondenz oder von öffentlichen sowie nicht-öffentlichen Berichten: es ist das öffentliche Interesse. Zeitungen, die in mehr oder weniger hoher Auflage gedruckt werden, haben die Aufgabe, die Öffentlichkeit mit Informationen und Gedankenanstößen zu versorgen. Aus diesem Grunde wird z.B. bei der Auswahl einer Nachricht oder eines Bildes in der Redaktion, d.h., beim Aufbau der Seite, eine Nachricht, die sehr viele Leser interessieren könnte, nach oben gesetzt oder vergrößert. Von den Bildern werden solche ausgewählt, die eine größere Menschenansammlung zeigen. Dies ist sowohl hinsichtlich der Auflage, also des Geschäfts, ein Vorteil als auch den grundlegenden Zielsetzungen des Journalismus dienend. Jede Nachricht, die Privatinteressen in den Vordergrund stellt, kann als Informationsverschmutzung gewertet werden, denn ihre Veröffentlichung bedeutet, dass eine andere, die Öffentlichkeit interessierende Nachricht nicht veröffentlicht werden konnte. Dem Leser bleibt also sowohl eine ihn interessierende Nachricht vorbehalten, und des Weiteren sieht er sich gezwungen, eine Nachricht zu lesen, die ihn nicht interessiert und für ihn wertlos ist. In den Nachrichten, die von den vorherrschenden türkischen Medien heutzutage gesendet werden, finden sich meistens Informationen zu Politik und Wirtschaft; auf den Seiten der Magazine und in besonderen Rubriken (daneben gibt es nichts mehr !) dagegen werden nicht die Interessen der Öffentlichkeit bedacht, sondern es stehen private Interessen und das Privatleben im

Vordergrund; wir können also eine bedeutende Informationsverschmutzung ausmachen.

Um Ihnen solche Informationsverschmutzung hier auf eine konkrete Weise vorführen zu können, wollen wir hinsichtlich der von mir bis jetzt aufgezählten Grundprinzipien die Internet-Edition der Tageszeitung Milliyet von heute, Freitag, dem 5. Juni 2009, auf dieses Phänomen hin untersuchen. Wir werden sehen, ob die auf der Internetseite der Milliyet veröffentlichten Nachrichten wirklich diese Bezeichnung verdienen und ob sie den Regeln der Nachrichten ausstrahlung gemäß verfasst worden sind oder nicht. Prüfen wir diese Nachrichten also hinsichtlich ihrer Sauberkeit bzw. Korrektheit:

Die Ergebnisse unserer Durchsicht sind folgende:

Anzahl der Nachrichten insgesamt: 61

Nachrichten mit politisch-gesellschaftlichem Charakter: 23

Sport-/Fußballnachrichten: 17

Magazinberichte: 21

Die Tageszeitung Milliyet ist in der Türkei unter den Zeitungen, die als „halb seriös – halb populär“ gelten können, vielleicht eine der am ernsthaftesten. Aber selbst in solch einer Zeitung beläuft sich nur etwa ein Drittel der gesamten Nachrichten auf politisch-gesellschaftlich-wirtschaftliche Informationen, die verbleibenden zwei Drittel sind Sport- und Magazinberichte. Dieser Anteil ist bei anderen Tageszeitungen wie Hürriyet und Sabah noch höher. Bei solchen seriösen Zeitungen dagegen wie der New York Times, Le Monde, der FAZ

oder dem Londoner Guardian ist der Anteil der politisch-gesellschaftlich-wirtschaftlichen Informationen im Gegensatz zu den Sport- und Magazinberichten viel höher. Sport- und Magazinberichte sind in den vorherrschenden Medien in der Türkei die geeignetesten Bereiche für eine Verschmutzung. Vergessen wir nicht, dass nicht alle Informationen, die unter die Kategorie einer seriösen Nachricht fallen, es auch wirklich sind.

An dieser Stelle möchte ich kurz auf die Gründe und Ursachen der Informationsverschmutzung eingehen:

Die Medien, die heutzutage in der Türkei das Sagen haben, bringen durch ihre Organisationen und mit ihrem Kapital nicht so sehr den Bürgern ihre Dienstleistungen dar, sondern dienen vor allem sich selbst, ihren Gruppen und Holdings. Eine saubere Nachricht kann im erforderlichen Fall auch die Eigentumsverhältnisse zur Schau stellen, was natürlich ganz und gar nicht im Sinne der Arbeitgeber ist. Die Eigentumsverhältnisse der Medien sind ein wichtiges Hindernis für die Ausstrahlung einer sauberen Nachricht, weil sie nämlich eine organische Verbindung mit den politischen, militärischen und ideologischen Mächten eingegangen sind. Zwei weitere wichtige Elemente sind auch die Stufe der Professionalität der bei den Medien Beschäftigten sowie das Niveau bei den Lesern.

Asiye Ünsal hat uns bereits vor vielen Jahren in einer ihrer Arbeiten, die als Cemiyet-Veröffentlichung erschienen ist, das tragische Bild vor Augen geführt, das das Bildungs- und Kulturniveau der bei den vorherrschenden türkischen Medien Beschäftigten bietet. Man muss dazu gleich sagen, dass in den letzten 25-30 Jahren die Anzahl derjenigen, die im Besitz eines Diploms oder im Besitz von

Fremdsprachenkenntnissen sind, sehr gestiegen ist. Trotzdem schaffen ein Diplom und eine Fremdsprache nicht automatisch ein für einen guten Journalisten erforderliches öffentliches Gewissen, durch das man bereit ist, sich „für den Bürger/für die Öffentlichkeit zu opfern“. Wir sehen es jeden Tag, dass die bei den vorherrschenden Medienanstalten Beschäftigten trotz ihrer Grundkenntnisse in Geschichte, Recht, Wirtschaft oder Soziologie nicht über die erforderlichen journalistischen Kenntnisse verfügen.

Auch wenn die lesende Schicht in der Türkei nicht zur Gänze zur Verantwortung zu ziehen ist, so hat sie doch einen gewissen Anteil daran. Die Zahl derjenigen, die nur auf irgendwelche Beilagen oder von der Zeitung angebotene Extras aus ist, ist hoch; in einem Land von 70 Millionen Bürgern beträgt die Zahl der verkauften Zeitungen gerade einmal 3,5-4 Mio.; des Weiteren ist die von den Lesern zur Schau gestellte Reaktion bzw. ihre Fähigkeit zum Widerspruch nur ungenügend; all dies zeigt, dass Beziehungen zwischen den Lesern und den Medien nicht sehr bewusst ablaufen. Es ist auch nicht falsch, zu behaupten, dass der Großteil der Leser eine Zeitung nicht liest, um auf den Gebieten der Politik, der Gesellschaft oder der Wirtschaft richtig informiert zu werden, sondern um etwas über die Ansichten und Meinungen bestimmter Machtzentren zu erfahren oder um sich zu unterhalten.

Kommen wir jetzt zu den Maßnahmen, die wir als Leser, Mitbürger, Journalist oder auch Herausgeber ergreifen müssen, um uns gegen eine Informationsverschmutzung zur Wehr zu setzen:

Da niemand sehr viel Zeit zu verlieren hat, ist zu empfehlen, dass man zu Beginn die Zeitung, den Fernsehkanal, die Radiostation oder die

Webseite aussucht, die man für sich in Anspruch nehmen möchte. Sie können für sich selbst das beste oder am wenigsten störende Medienorgan unter den vorhandenen als Hauptnachrichtenquelle oder Informationsquelle auswählen, welches Sie dann aber auch ständig verfolgen sollten. Diese Maßnahme bedeutet keinen Boykott der anderen Medienorgane, aber wenn Sie viel Zeit darauf verwenden, solche Medienorgane, bei denen eine Verschmutzung bereits festzustellen ist, zu verfolgen, dann quälen Sie sich nur selbst.

Neben einer Beschäftigung mit den vorherrschenden Medienorganen in der Türkei kann es auch nützlich sein, solche Ausstrahlungsorgane, die verboten wurden und über deren Führungspersonen und Journalisten eine Strafverfolgung verhängt worden ist, einmal anzuhören und über die Gründe dieser Zwangsvollstreckung nachzudenken.

Der amerikanische Kommunikationswissenschaftler Neil Postmann hat in seinem Buch „Wie sind die Fernsehnachrichten zu sehen?“, die folgenden Vorschläge gemacht, die auch Sie in die Tat umsetzen können:

Sehen Sie jeden Tag nicht mehr als zwei Stunden fern,

Sehen Sie als Gruppe fern und teilen Sie die Informationen, die Sie als nicht glaubwürdig oder als falsch empfinden, mit lauter Stimme Ihrem Nachbarn mit. Nach Beendigung des Programms diskutieren Sie darüber.

Versuchen Sie, in Bezug auf alle in den Zeitungen gelesenen, im Radio gehörten oder im Fernsehen verfolgten Nachrichten oder Informationen mit leiser oder lauter Stimme die folgenden Fragen zu stellen und eine Antwort darauf zu finden :

Warum veröffentlicht das Medienorgan diese Nachricht?

Welchen Beitrag leistet diese Nachricht zu meiner persönlichen oder kollektiven Bewusstseinsweiterung?

Wie viele Personen betrifft diese Nachricht direkt?

Werden in dieser Nachricht irgendwelche Produkte oder Dienstleistungen, Personen oder Institutionen im Zusammenhang mit Werbung gelobt? Warum?

Eigentlich muss jeder bewusste Bürger, der in der Lage ist, eine Zeitung zu lesen, dazu einige einfache Maßnahmen ergreifen. Er kann zwar die Medienorgane, die ihn nur als Kunde sehen, mit denen er aber unzufrieden ist, zurückweisen, nicht kaufen etc., aber weil dies ein personenbezogenes und außerdem passives Verhalten ist, findet sich ein Nutzen hier nur in beschränktem Rahmen.

Die Medien sind Mittel zur ideologischen Beherrschung. Wenn man über keinen kritischen, neugierigen, stöbernden oder oppositionellen Charakter verfügt, dann kann man leicht von ihnen verführt werden. Wessen Informationsfilter aber dicht und unbeschädigt ist, der schert sich nicht um die Bemühungen der Medien für Des- und Falschinformation.

Vergessen wir nicht, dass Information und Gewissen wichtige Widerstandsmechanismen sind.

Zum Schluss wünsche ich mir saubere Medien mit sauberen Eigentumsverhältnissen, die aber nur in einer reinen, unbeschmutzten Gesellschaft möglich sind.