merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Bernd Schorb: Auch geistige Waren brauchen Qualitätsschutz

Beitrag aus Heft »2001/01: Hilfen für die Medienarbeit«

Information ist ein Bürgerrecht mit einem so hohen Rang, dass es sowohl in der Verfassung der USA verankert ist, als auch in der zukünftigen europäischen. Die Informationsfreiheit gilt als Basis einer demokratischen Gesellschaft.Die publizistischen Medien sind die vierte Macht im Staat, ihre Aufgabe ist es, unabhängig von der Staatsgewalt diese zu kontrollieren, unabhängig und überparteilich. Diesen oder einen ähnlichen Satz lernen unsere Kinder schon in der Schule.

Aber: Deregulierung ist eine der wichtigsten Voraussetzungen, um dem Markt der neuen Medien eine Entwicklungschance zu geben. So verkünden es Bundes- und Landesregierungen.Information ist eine Ware, die sich auf den neuen Medienmärkten realisiert. Wer über die meisten Informationen und die entsprechenden Distributionsmöglichkeiten verfügt, der hat auf den neuen Märkten die besten Chancen. Diesen oder einen ähnlichen Lehrsatz kennt heute jeder Kleinaktionär aus den Börsennachrichten.Wie geht das zusammen? Wenn Deregulierung bedeutet, dass jeder, der über Information verfügt, frei ist, mit dieser zu tun, was immer er will, sie zu horten, zu verkaufen, zu verändern, zu vernichten ... Wenn Information eine Ware ist, die wie jede andere Ware, wie Schlagringe, Rindfleisch oder Bordeaux-Wein gehandelt wird... Wer sichert dann die Qualität der Information? Wer sichert das Recht, tatsächlich über alle öffentlichen Informationen verfügen zu können. Wer macht öffentlich bedeutsame Informationen öffentlich und wer verhindert, dass Informationen über das Privatleben der Menschen öffentlich werden?

Das hehre Gut Information ist dabei, zu einer beliebigen und austauschbaren Handelsware zu werden. Als geistige Nahrung für ein gesundes Leben der Menschen ebenso wichtig wie die ess- und trinkbaren Lebensmittel erleidet sie das gleiche Schicksal wie diese. Sie kann nutzen oder schaden, ist echt oder künstlich, keiner kann es wirklich unterscheiden. Die Nahrung kann gut schmecken und doch schädigen. Aus dem Bereich der Lebensmittel lernen wir täglich neue Beispiele kennen, die darauf verweisen, dass die Selbstverantwortung der Produzenten schwindet, wenn es um den Profit geht. Ist es beim Fernsehen anders, kann man sich hier auf den Geschmack der Konsumenten oder die Verantwortung der Produzenten verlassen?

Wer sichert uns die Qualität der Information?Sind es die attraktiven Informationssendungen? Vielleicht ein Sender, der nur einmal am Tag Nachrichten ausstrahlt, deren Inhalt von den neuesten Entwicklungen im Big Brother-Container bis zu den Beziehungsproblemen eines Filmstars reicht? Oder belehren uns gar die Informationsmagazine, die schon mit ihren Namen verdeutlichen, dass es ihnen um Brisantes, Blitze und Explosionen geht und uns eine Welt voller großer Menschen in Glamour und kleiner Menschen im Schrecken darbieten?

Sind es die Journalisten? Vielleicht gerade jene, die aus der privaten frisch gegründeten Ausbildungsstätte eines Senders stammen, dem das Lehrangebot der renommierten Journalistenschulen nicht mehr zugesagt hatte. Unzeitgemäß fand er deren Ausbildung, stellte seine Unterstützung ein und gründete eine hauseigene. Eine Landesmedienanstalt stieg mit ihren Einkünften aus unserem Kabelgroschen bei dieser Senderschule mit ein - um die Qualität der Ausbildung zu sichern? Oder sind es die neuen Real-Life-Shows? Wird uns nicht live in

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Laborexperimenten präsentiert, wie sich junge Menschen in geschlossenen Räumen verhalten? Erfahren wir nicht in unzähligen Talkshows, welche Probleme sich hinter der Fassade des Alltags verbergen? Oder können nicht junge Frauen lernen, wie sie sich prostituieren müssen, um einen Millionär zu ergattern?

Die Beispiele ließen sich beliebig fortsetzen und täglich kommen neue hinzu. Mit jedem Beispiel stellt sich die Frage wieder, ob die Deregulierung des Medienmarktes der allein selig machende Weg in die gelobte Medienzukunft ist, oder ob es nicht doch so etwas wie der Regeln eines medialen Anstandes bedarf?Wenn der Vergleich stimmt, dass Information für unseren Geist die gleiche Bedeutung hat wie Speis und Trank für unseren Körper, dann haben wir auch ein Recht darauf, die Qualität von Information gesichert zu bekommen, durch Sendungen, die die Welt nicht als Lügengebäude darstellen, durch Informationen, die wirklich von Nutzen sind, um unser privates wie das gesellschaftliche Leben zu gestalten, durch Wahrung der Würde auch der Menschen, die nicht fähig sind, sich selbst vor Exhibitionismus und Voyeurismus zu bewahren, und durch unabhängige kritische und selbstkritische Informations-Macher.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de