

Clemens Pig

### Grußworte zur Eröffnung des Medientags Innsbruck 2018

2019

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19914>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pig, Clemens: Grußworte zur Eröffnung des Medientags Innsbruck 2018. In: Katharina Holzmann, Theo Hug, Günther Pallaver (Hg.): *Das Ende der Vielfalt? Zur Diversität der Medien*. Innsbruck: Innsbruck University Press 2019, S. 15–17. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19914>.

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

# Grußworte zur Eröffnung des Medientags Innsbruck 2018

**Clemens Pig, Vorsitzender der Geschäftsführung, APA – Austria Presse Agentur**

Sehr geehrter Herr Rektor Märk, liebe Herren Professoren Hug und Pallaver, geschätzte Damen und Herren,

wieder einmal ist es den Veranstaltern des Medientages an der Universität Innsbruck gelungen, ein hochaktuelles Medien- und Kommunikationsthema zu besetzen. Die Beantwortung der Frage nach der Medienvielfalt eines Landes gilt ja als einer der wesentlichsten Indikatoren für Qualität und Reifegrad des demokratischen politischen Kommunikationssystems.

Ich darf das Thema einleitend in fünf kurzen Thesen aus Sicht einer unabhängigen nationalen Nachrichtenagentur im Eigentum der Medien, der Austria Presse Agentur, abstecken.

These 1: Die Quantität an Information bedeutet nicht gleichermaßen die Vielfalt von Medien, oder konkreter die Vielfalt von Journalismus.

Die einleitende Kernfrage lautet, wer oder was sind überhaupt Medien, oder wieder konkreter: Was sind journalistische Angebote?

Nicht jeder Tweet, nicht jeder Blogbeitrag und nicht jedes Posting sind gesellschaftlich relevant. Mein Einsprungspunkt ist damit: Aufgabe und Funktion von Medien und Journalismus sind gesamtgesellschaftlich relevant.

Relevanz bedeutet zwingend Selektion (also Limitierung und Gewichtung von Information), Ausgewogenheit (also Quellen-Vielfalt) und Transparenz (also Quellen-Glaubwürdigkeit). Relevanz entsteht somit durch Reflexion, oder anders ausgedrückt: durch professionelle journalistische Standards.

Medien und Journalismus konstituieren in diesem Prozess die gesellschaftliche Agenda, sie erfüllen eine wesentliche soziale Funktion. Die sogenannten „sozialen Medien“ tun das nicht, sie sind eben weder „sozial“ noch „Medien“.

These 2: Medien und Journalismus haben mit den sogenannten „sozialen Medien“ (besser: technischen Netzwerken) neue Freunde gefunden, aber zweifelhafte Freunde mit schlechten Manieren.

Die Explosion der User-generierten Information in der digitalen und globalen Plattformökonomie von Facebook, Twitter, Google und Co soll zunächst als elementare

Bereicherung betrachtet werden: Die theoretischen Möglichkeiten, die sich in der Plattformökonomie eröffnen, waren eine paradiesische Vorstellung für das pluralistische Demokratie-Modell und die Partizipation der Bürger. Die Quellenvielfalt würde sich dramatisch erhöhen – und irgendwie tut sie das ja auch – ebenso wie Informationen über die Welt – ob diese relevant sind, steht auf einem anderen Blatt.

Die salopp gesagt „schlechten Manieren“ sind damit allerdings einhergegangen und zeigen sich in den Stichworten Hass im Netz, Manipulation, Trolle oder auch Bots zur Meinungsbeeinflussung.

Die viel zitierte „Blase“ oder „Echokammer“ im Netz, in der sich vielfach diese negativen Seiten der „neuen“ oder „sozialen“ Medien zeigen, sind eigentlich kein neues Phänomen. Die Abgrenzung der Gesellschaft in ihre jeweiligen Bezugsgruppen – sei es politisch, ökonomisch, religiös, etc. – war in den vergangenen Jahrzehnten sicherlich stärker ausgeprägt.

Der Unterschied zu heute: die „Digital-Blase“ ist ziemlich transparent, einseh- und kommentierbar. Meines Erachtens ist auf diesem Weg in Teilen des Netzes die Toleranz verloren gegangen.

These 3: Nur ein diverses, professionelles und qualitätsorientiertes Medienangebot kann diese Toleranz im gesellschaftlichen Austausch aufrecht halten, im doppelten Sinn:

Dass es erstens eben vielfältige professionelle Medienangebote gibt.

Dass es zweitens eine ausgewogene Berichterstattung gibt nach den Prinzipien „audiatur et altera pars“ (Quellenvielfalt) und „check, recheck, doublecheck“ (Quellenglaubwürdigkeit). Das ist die Essenz von Agenturjournalismus, wo Richtigkeit und Genauigkeit vor Schnelligkeit geht.

Diese These wird zumindest so lange Gültigkeit besitzen, bis der „mündige Bürger/die mündige Bürgerin“ tatsächlich in der digitalen Realität angekommen ist, und diese Realität besteht nicht aus dem Angebot der technischen Netzwerke, sondern aus dem richtigen Umgang damit.

These 4: Solange das Konzept dieses „digital citizen“ nicht auch kulturell verankert ist – und es scheint ein langer Weg dorthin zu sein – werden auch zukünftig die etablierten Medien – wie die Politik – die Aufgabe haben, den Bürger und Medien-Konsumenten in der digitalen Überforderung zu entlasten.

Die permanente Information und die Delegation von Problemlagen und Entscheidungen in die digitalen Netzwerke sind ein wesentlicher Mitgrund für eine Verweigerung an der Teilnahme am oder eine Radikalisierung im Diskurs.

In diesem Sinne benötigen Medien zur Wahrung der Vielfalt die entsprechenden rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (die Stichworte lauten z.B. Copyright und Förderung von journalistischen Ausbildungsprogrammen).

These 5: Professionelle Medienangebote und redaktionelle Outlets der Zukunft werden sich noch mehr und zwingend am USP und den Stärken des Journalismus orientieren.

Die etablierten Medien erleben keinen journalistischen Bedeutungsverlust, die ökonomischen Herausforderungen sind allerdings groß.

Nach einer Dekade des exzessiven Information-Overloads ist das Bedürfnis und sohin der Bedarf nach einem moderierten redaktionellen Raum für Medienkonsumenten größer denn je. Aber auch die Herausforderung an die Medien ist größer denn je, den „homo digitalis“ in dieses Angebot zu integrieren, kennen zu lernen und in Verbindung mit den gesamtgesellschaftlich relevanten Themen zu bringen: dieser Kitt ist auch das Geschäftsmodell der Zukunft für die Medien.

Die Ausgangslage dafür – und damit für eine Gesellschaft und einen Markt mit einem vielfältigen Medienangebot unter Einbeziehung der User, nicht der technischen Netzwerke, ist ebenfalls besser denn je.

Technologie wird dafür als neue Kompetenz, neben der redaktionellen Stärke der Medien, eine Schlüsselrolle erhalten. Insbesondere wird Artificial Intelligence im Zentrum stehen. AI wird den Journalismus nicht ersetzen und Roboter werden eben genau nicht in der Lage sein, diesen Kitt herzustellen, sondern AI wird die journalistischen Produktionsprozesse für Redakteurinnen und Redakteure wesentlich einfacher gestalten, um eben mehr Raum und Zeit im Journalismus für dessen eigentliche Stärken herzustellen.

Die APA als nationale österreichische Nachrichtenagentur-Gruppe und viertälteste Nachrichtenagentur der Welt hat deshalb das News-Tech-Programm gestartet, die Verbindung aus Nachrichten und Technologie zur Gestaltung des Newsrooms der Zukunft. Mit dem Ziel, die Vielfalt ihrer Eigentümer, also der Medien, nachhaltig zu stärken.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Veranstaltung und freue mich, dass die Austria Presse Agentur auch in diesem Jahr wieder Partner des Medientages an der Universität Innsbruck sein kann.

Danke.