

Clemens Pig

### Grußworte zur Eröffnung des Medientags 2019

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19942>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pig, Clemens: Grußworte zur Eröffnung des Medientags 2019. In: Katharina Gallner-Holzmann, Theo Hug, Günther Pallaver (Hg.): *Jugendliche Mediennutzung und die Zukunft des Qualitätsjournalismus*. Innsbruck: Innsbruck University Press 2020, S. 17–21. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19942>.

#### 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 2019

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

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

Die Organisatoren des wunderbaren Innsbrucker Medientages haben Forscher, Praktiker und Diskutanten zum heutigen Thema vor eine besondere Herausforderung gestellt. Die heutige Fragestellung ist die umfassendste und komplexeste der vergangenen Medientage an der Universität Innsbruck.

Zunächst liest sich der Titel der Veranstaltung „Herausforderungen der jugendlichen Mediennutzung für den Qualitätsjournalismus“ so, als müsste man halt die neuen jungen Zielgruppen anschlussfähig an den professionellen Journalismus machen. Das wird in der aktuellen und zukünftigen digitalen Medienwelt aber so einfach nicht funktionieren.

Für eine professionelle Auseinandersetzung mit dem Thema halte ich einen doppelten Perspektiven-Shift für spielentscheidend:

- 1) *Perspektiven-Shift auf die Zielgruppen:* Netflix, Youtube, Facebook, Twitter, teilweise Insta, sind entweder gar keine neuen Phänomene der Mediennutzung der Jungen beziehungsweise sind diese Plattformen längst in der breiten Mediennutzung der mittleren Generationen angekommen und somit Phänomen und integraler Bestandteil UNSER ALLER Mediennutzung, eben nicht nur mit Blick auf die Jugendlichen. Der Unterschied ist nur, dass wir Ältere völlig anders sozialisiert sind und damit auch den klassischen Medienkonsum kennen und betreiben.

- 2) *Perspektiven-Shift auf die polit-mediale Agenda*: Ich habe den Eindruck, dass wir wiederum ein Thema – in diesem Fall ein Medienthema – an die Jugendlichen delegieren wollen und von ihnen mit einer gewissen Vorwurfshaltung einfordern, dass sie auch Qualitätsmedien konsumieren sollen, weil das für die Demokratie doch wichtig ist. Das andere große Thema, das an die Jugendlichen delegiert wurde oder wird, ist das Neo-Ökologie-Thema. Auch hier bin ich der Meinung, dass nicht nur die Mediennutzung der Jugendlichen, sondern auch ihre politische Medienkultur in Wahrheit UNSERE Themen und Herausforderungen repräsentiert, weil wir sowohl die aktuellen medialen als auch gesellschaftspolitischen Entwicklungen, die wir zu Recht oft kritisieren, als ältere Generationen zugelassen oder aktiv mitgestaltet haben.

Ich möchte also die Jugendlichen und Heranwachsenden Generationen mit ihren Themen und Dilemmata nicht alleine lassen.

Mit diesen neu justierten Perspektiven auf das Thema „Jugendliche Mediennutzung als Herausforderung für den Qualitätsjournalismus“ leiten sich aus Sicht des Praktikers folgende Strategieansätze und Handlungsoptionen ab:

- 1) *Medien-Kompetenz*: der Europarat hat vor wenigen Tagen eine umfassende Initiative gestartet, Medienkompetenz in die Schulen und Lehrpläne zu bringen. Mit Sicherheit ist das eine zentrale und überfällige Strategie, zu wissen und zu vermitteln, was Quellenvielfalt und Quellenglaubwürdigkeit bedeutet und welche Rolle und Funktion Medien und Journalismus in der Demokratie erfüllen. Und wie Demokratie überhaupt funktioniert, dass sie nicht vom Himmel fällt, und wo sie in Gefahr ist. Aber auch erlebbar zu machen,
- wie Shit-Storms in Sozialen Medien funktionieren,
  - wie sehr Filterblasen die Sicht auf die Welt verengen,
  - dass immer bezahlt werden muss (entweder Cash oder mit Daten),
  - dass Schwarz-Weiß im Sinne der Polarisierung in den seltensten Fällen sachlich wertvolle und menschlich würdevolle Antworten sind,
  - dass neben Emotionen auch Vernunft und Faktizität Platz haben muss, aber selten in 160 Zeichen abbildbar ist,
  - dass hinter den meisten echten menschlichen Interaktionen in Sozialen Medien nur wenige Menschen stehen, und dass hinter allen Interaktionen viele Trolle und Bots stehen,
  - dass Informationen nicht Nachrichten sind.
  - Zusammengefasst: nichts zu verteufeln, aber einen selbstbestimmten Umgang mit neuen Medien und neuen Technologien zu vermitteln.

Diese Leistung der Vermittlung von Medien-Kompetenz können nur Qualitätsmedien erbringen, weil Kompetenz eben Qualität voraussetzt, und damit können Qualitätsmedien auch ihre Medienmarken positionieren – und auf diesem Weg insgesamt die Reputation des Berufsstandes der Journalistin und des Journalisten stärken – es wird höchste Zeit, wesentlich besser zu vermitteln, dass zu einem funktionierenden Rechtsstaat und zu einer liberalen Demokratie nicht nur Polizisten und Richter gehören.

2) *Medien-Integration*: Damit meine ich, dass die eingangs beschriebenen Themen und Herausforderungen aus der Digitalisierung in Zusammenhang mit den wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Entwicklungen nicht einfach an die Jugendlichen delegiert werden können, sondern direkt in die Redaktionen und Medienbetriebe integriert werden müssen.

- Wir Etablierte müssen wesentlich mehr über die kulturellen und politischen Aspekte der Mediennutzung der Jungen erfahren und verstehen.
- Hier sollten – umgekehrt zur Vermittlung von Medien-Kompetenz – Redakteure und Medienmanager Zuhörer sein und sich dialogorientiert als Teil des Problems begreifen.
- Jugendliche sind alles andere als politisch desinteressiert, und Jugendliche konsumieren so viele Medien wie nie zuvor in der Geschichte. Die politischen Themen-Angebote und notwendige neue redaktionelle Inhalte/Angebote passen jedoch oft nicht mehr mit den etablierten Produktionslogiken von Medien zusammen.
- Das aktuelle innenpolitische Beispiel, Wirtschaft und Umwelt nicht als Gegensatz zu begreifen, sondern diesen Gegensatz zu überwinden und in etwas Neuem aufgehen zu lassen, wäre auch ein perfekter redaktioneller Auftrag, um in einem Medialab von Schülern und Studierenden mit Journalisten aufzubereiten und auch auf die Plattformen der Jungen zu bringen.

Diese Leistung können nur Qualitätsmedien erbringen, und damit ihre Produkte und Geschäftsmodelle neu ausrichten – und dabei erkennen, dass es einen einzigartige Themen-Mix und eine einzigartige Kombination aus Print, Online, Social Platforms, Video und Podcast geben wird.

3) *Medien-Sprache*: das Konzept der Aufmerksamkeitsökonomie hat dazu geführt, dass Medien, Public Relations und Marketing aus allen Rohren schießen und um die physisch limitierte Zeit der Medienuser kämpfen.

- Dieser Kampf ist aussichtslos, wenn die Inhalte und Botschaften nicht verstanden werden.

- Rund ein Drittel der Menschen kann nicht sinnerfassend lesen – in Österreich und Europa.
- Neben Nachrichten in einfacher Sprache (das ist schwierig, einfach zu formulieren, ohne zu vereinfachen!!), bedarf es nicht nur eines thematischen, sondern auch eines sprachlich-kulturellen und visuellen Andockens an die Jugendkultur und an IHRE, eben auch UNSERE Themen.
- Das wäre Lit und wir hätten ein paar Beefs mit den Jungen weniger!

Gerade diese Leistung können nur Qualitätsmedien erbringen – wer denn sonst?

- 4) *Medien-Politik*: Die Politik interpretiert Medien-Politik allzu oft als Macht-Politik. Macht-Politik und die Durchsetzung eigener politischer Interessen auch auf der öffentlichen Medienbühne ist das legitime Wesen der Medien-Demokratie.
  - Medien-Politik hingegen ist etwas völlig anderes, hier müssen die nationalen und internationalen rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für unabhängige Medien als Werkzeuge der Demokratie geschaffen werden.
  - Unabhängigkeit kostet Geld aus eigener Kraft, das nur im fairen Wettbewerb erwirtschaftet werden kann.
  - Unabhängigkeit schafft das Vertrauen, das man sich gerade bei Jugendlichen erarbeiten muss: Vertrauen durch verlässliche, ausgewogene und faktenbasierte Berichterstattung in einem völlig undurchsichtigen Umfeld in den sozialen Medien, wo Informationen ohne überprüfbare Absender und ohne Einordnung in einer Art rechtsfreiem digitalen Raum angeboten werden.
  - Dieses Vertrauen würde auch die Jugendlichen in ihrer permanenten digitalen Aufmerksamkeit entlasten.
  - Diese Leistung der Vertrauensbildung kann nur von Qualitätsmedien erbracht werden.
- 5) *Medien-Kooperation*: All das – also eine umfassende Medien-Kompetenz für Jugendliche durch uns Etablierte, eine innovative Medien-Integration für Redakteure und Medienmanager durch die Jugendlichen, eine neue Medien-Kultur und Medien-Sprache entlang der Jugend-Kulturen, eine echte Medien-Politik durch die politischen Akteure, wird nur im Schulterschluss gelingen.
  - Der APA – Austria Presse Agentur als genossenschaftlich organisiertes, neutrales Instrument der Medien und als redaktionell-faktenbasiertes Werkzeug der Demokratie kann hier eine besondere Rolle einnehmen.
  - Als Repräsentant der APA und als Präsident der Vereinigung der europäischen unabhängigen Nachrichtenagenturen darf ich heute im Rahmen des Medien-

tages an der Universität Innsbruck die entsprechenden Angebote zur Offensive „Jugendlicher Qualitätsjournalismus“ eröffnen und zur Kooperation einladen.

Ich wünsche Ihnen einen erkenntnisreichen und aufregenden Medientag 2019 an der Universität Innsbruck, danke!