

BLOGwoche

Männer machen Medien

Von Anne Roth

Der ewige Dauerbrenner »Keine bzw. kaum Frauen als Referentin oder sonst Vortragende bei Konferenzen« fand kürzlich seine x-te Fortsetzung. Der Journalistinnenbund schrieb deswegen einen pampigen Offenen Brief an die OrganisatorInnen des »Mainzer Mediendisputts«.

»Sehr geehrter Herr Prof. Leif, herzliche Gratulation zur programmlichen Gestaltung des diesjährigen »Mainzer Mediendisputts« – und zur Auswahl Ihrer Gäste auf den Podien. Wir freuen uns, dass es Ihnen durch fundierte Recherche gelungen ist, die Pannelrunden aus konsequent männlicher Sicht zu besetzen.«

Die waren darauf sehr beleidigt: »Wir, die Organisatoren des Mediendisputts, haben den »offenen Brief des Journalistinnenbundes mit großer Verwunderung zur Kenntnis genommen. Der »offene Brief erweckt den Eindruck, dass es dem Journalistinnenbund nicht um das Anliegen der Frauen, sondern um persönliche Profilierung geht.«

Kurze Zeit später war die Geschichte Thema meiner Twitterwelt. Die Empörung hielt sich in Grenzen, irgendwann erschöpft sich das Thema wahrscheinlich. Die Frage »Was tun?« ist auch nicht erquicklich. Antje Schrupp finde, es sei nicht unser Job. »Wer Frauen als Speakerinnen will, muss sie sich selber suchen und sein Konzept überdenken.« Das hat sie später in einem eigenen Blogpost noch ausgeführt: »Kurz meine fünf Zent zum Mainzer Männer-Medien-Disputt« (siehe »nd« vom 6.10.12., die Red.). Ich finde ihre Gedanken wie immer an sich richtig, aber nicht uneingeschränkt alltagstauglich, jedenfalls nicht für meinen Alltag. In dem gibt es nämlich sehr regelmäßig entweder Vorkommnisse wie beim »Mainzer Mediendisputt« und da stimme ich Antje zu: Denen ist nicht zu helfen. Wo bei ich mich über alle freue, die es trotzdem versuchen – wenn ein bisschen Gewicht dahinter ist, um so besser, aber allein sicher völlig aussichtslos. Oder aber ich stoße auf durchaus gutwillige Frauen wie Männer, die zu ihrem Spezialthema wirklich keine Frauen finden, oder nur welche, die absagen, oder gar ihre männlichen Vertreter schicken.

Die Autorin ist Journalistin und Medienaktivistin und lebt in Berlin; zum Weiterlesen: annalist.noblogs.org

DOKfilm

Spanner am Zaun

Der Londoner Flughafen Heathrow ist der größte seiner Art in Europa. An der Umzäunung stehen Tag für Tag merkwürdige Gestalten – alles ältere Männer. Sie schauen mit Ferngläsern in den Himmel – immer auf der Suche nach dem Ungewöhnlichen, nach dem Flugzeug, das sie bislang noch nicht fotografiert haben, ein neuer Schnappschuss für ihr Album. Benjamin Kracun, Ewan McNicol haben ihrerseits die alten Männer für ihren Film »Plane Days« (2008) mit der Kamera beobachtet.

Zum Weiterschauen: www.onlinefilm.org/de_DE/film/43803



Journalismus der Zukunft

Mit dem Hans-Joachim-Friedrichs-Preis wird jährlich gute journalistische Arbeit ausgezeichnet. Zu der Riege der bisherigen Preisträger, zu der u.a. Anne Will, Sandra Maischberger und Klaus Kleber zählen, gesellte sich diese Woche Oliver Welke. Die Jury erklärte das so: Welke und sein Team von der »heute-show« (ZDF) würden die Rituale der Politik und der TV-Nachrichten auf satirisch-bissige Art analysieren und entlarven. Puristen monierten sogleich, dass ein Journalistenpreis nicht an Spätmacher verliehen werden dürfe, dafür sei der Beruf des Journalisten zu seriös. »ACH WIRKLICH!«, möchte man ihnen mit Gernot Hassknecht von der »heute-show« entgegenbrüllen. »WER HAT DENN DEN JOURNALISMUS AUF DEN HUND GEBRACHT?! DAS WAREN DOCH WILL UND KONSORTEN!« jam

Foto: dpa/Rolf Vennenbernd

MEDIENGedanken: Manche Zeitungen bringen gern pseudonyme Leserbriefe. Gut ist das nicht.

Mode mit markanten Mängeln

Von Eckart Roloff

Ich weiß nicht, ob Sie schon einmal einen Leserbrief geschrieben haben, ob an das »nd« oder an eine andere Redaktion, aber ich weiß, was Sie dazu wissen: Zu einem Leserbrief gehört der Name dessen, der ihn geschrieben hat; unter diesem Namen wird er dann veröffentlicht. Das ist nicht irgendein Spitzname oder ein Pseudonym, sondern der tatsächliche, auch Klarname genannt. Diesen Klarnamen meint auch der Deutsche Presserat, wenn er in der Richtlinie 2.6 seines Pressekodex in Sachen Leserbriefe festlegt: »Es entspricht einer allgemeinen Übung, dass der Abdruck mit dem Namen des Verfassers erfolgt. Nur in Ausnahmefällen kann auf Wunsch des Verfassers eine andere Zeichnung erfolgen.«

Seit einiger Zeit beobachte ich – das Thema interessiert mich, da ich fast 20 Jahre lang für die Leserbriefe einer Zeitung zuständig war –, dass einige Redaktionen diese allgemeine (und bewährte, nie in Frage gestellte) Übung aufweichen. Sie drucken auch Zuschriften unter Pseudonymen. Das könnte Schule machen – schlechte Schule, wie ich meine. Weshalb tun Zeitungen das? Offenbar ist das eine Folge des Bloggens, Twitterns

und Facebookens. Dadurch kam das massenhafte Verbreiten von Meinungen ohne oder unter erfundenen Namen groß in Mode. Wie praktisch, denkt da mancher, aus solchem Versteck alles Mögliche hinauszuposaunen – es weiß ja kaum jemand, von wem es kommt. Der Qualität der Äußerungen muss das nicht nützen.

Eine Zeitung, im Prinzip durchaus seriös, inspirierend und mit viel Gewinn zu lesen, tut sich da besonders hervor: »der freitag«. Seit langer Zeit tragen fast alle Zuschriften Tarnnamen à la »Freedom of Speech«, »xonrai«, »danki, susi sorglos« oder »Krimiblogger«. Die wirklichen Namen bleiben vollständig verborgen. Warum sagen die Schreiber nicht, wie sie heißen? Haben sie Angst? Wovor? In unseren offenen, demokratischen Zeiten? Dabei gehört der echte Name zu solchen Briefen, seit Hermann Dietrich Bräss, ein Pfarrer aus Braunschweig, anno 1786 als erster Äußerungen von Leserinnen und Lesern in seine sogenannte »Rothe Zeitung« aufnahm – in vordemokratischen Zeiten!

Ich habe die Chefredaktion des »freitag« im Sommer 2011 gefragt, warum ihr Blatt das Pseudonyme und Anonyme so vehement fördert. Sie schrieb, dass es »die Anonymität vielen Menschen ermöglicht,

sich ohne Angst vor dem Arbeitgeber, einer Behörde oder den Nachbarn im Netz zu bewegen« – nur geht es hier gar nicht um das Netz, sondern um die ganz normale, gedruckte Zeitung. Weiter erfuhr ich, dass »kaum noch von Anonymität zu sprechen« sei, denn »die Menschen, deren Beiträge wir auf unserer Leserbrief-Seite drucken, kennen wir und unsere Foristen

Durch Bloggen, Twittern, Facebooken kommt das Verbreiten der eigenen Meinung mit erfundenen Namen in Mode.

zum großen Teil so gut, dass wir ihren eigentlichen Namen nicht wissen müssen.«

Man stelle sich vor: Die Redaktion samt Foristen weiß in der Regel gut, mit wem sie es zu tun hat – sie behauptet das zumindest, ich bezweifle es –, aber vor ihrer Leserschaft verbirgt sie das. Was ist das für eine Kommunikation, was für eine Beziehung? Nebenbei: Als es bei der Debatte um Plagiatsfälle à la Guttenberg darum ging, dass viele Plagiate durch anonyme Fahnder entdeckt wurden, hat dieselbe Zeitung diese Anonymität

scharf kritisiert. Logisch ist das nicht. Weiter schrieb mir die Chefredaktion, dass »sich jeder User mit einer E-Mail-Adresse bei uns anmelden muss«; dabei werde »standardmäßig kontrolliert, ob es sich um eine valide Internetadresse handelt«. Doch jeder weiß, dass die keinen Namen laut Personalausweis enthalten muss. Es wird mir immerhin zugestanden, dass ich mit meinen Einwänden »auch recht habe« – es sei »in der Tat ein Problem, dass sich so wenige Menschen mit ihrer eigentlichen Identität im Netz bewegen«. Dass die Redaktion genau dieses Problem nach Kräften fördert, sagt sie nicht.

Was tun? Ich wandte mich an die Instanz, von der die erwähnte Richtlinie gegen anonyme Zuschriften stammt, an den Deutschen Presserat. Dessen Beschwerdeausschuss 2 mit seinen fünf Mitgliedern befand meine Beschwerde zwar formal als begründet, sah jedoch von einer Maßnahme gegen den »freitag« ab. Der Grund: »Das Vorgehen der Redaktion ist mit der Richtlinie 2.6 zu vereinbaren«, erfuhr ich. Entscheidend sei, »dass die Redaktion auf die Quelle der Online-Kommentare verweist«. Mit anderen Worten: Ein Leserbrief mutiert fix zu einem Online-Kommentar. Dass

dessen Quelle (= Autor) auf einem Pseudonym beruht, spielt dann keine Rolle mehr. Das nenne ich erfinderisch und trickreich – aber ganz an der Sache vorbei. Im Übrigen ist der Presserat für Online-Medien nicht zuständig.

Heribert Prantl, Mitglied der Chefredaktion der »Süddeutschen Zeitung«, hat die Praxis anonymer Leserbriefe im Internet und anderswo attackiert. Der tatsächliche Name eines Schreibers gehört in den gedruckten Ausgaben »zum Wesen einer Zeitung«, schrieb er in der SZ vom 9. 9. 2011. »Im Internet verändert Presse zwar den Aggregatzustand, aber nicht ihr Wesen.« Doch auch in der SZ finden sich inzwischen Stimmen aus dem Fundus etwa von Twitter, Facebook und sueddeutsche.de. Unter DEBATTE@SZ kann man lesen, was »Commander J« und »Hastdunichtgesehen« beispielsweise zu Bioproducten befinden. Welche Angst treibt sie zu solchen Tauchstationen?

Noch eine Frage: Wie lange wird es dauern, bis das jemand sagt: »Schau mal, da hat jemand unter seinem richtigen Namen einen Leserbrief geschrieben. Ich fasse es nicht. Komischer Typ.«

Der Autor ist Journalist und Buchautor. Er lebt in Bonn.

FAKTENcheck: Griechenbashing in den deutschen Medien?

»Ihr kriegt Kohle, wir kriegen Korfu«

Von Sabine Sölbeck

Seit Ausbruch der Euro-Krise steht Griechenland in den hiesigen Medien weniger für die Wiege abendländischer Hochkultur denn für Verfall und Chaos. Eine deutsch-griechische Autorengruppe hat jetzt die Berichterstattung in den deutschen, aber auch in den griechischen Medien näher untersucht. Ergebnis: Die negative Charakterisierung ist längst über die Medien hinaus zur Routine im deutschen Sprachgebrauch geworden. Beispiel »Focus«. Das Münchner Magazin hatte am 22. Februar 2010 auf dem Titel neben der Überschrift »Betrüger in der Eurofamilie« die griechische Liebesgöttin Aphrodite mit ausgestrecktem Mittelfinger gezeigt. Die Provokation setzte sich im Innenteil des Heftes fort. Das moderne Griechenland, so das Magazin damals, »besitzt

heute keinen bedeutenden Dichter, Komponisten, bildenden Künstler oder Philosophen« mehr.

Das Autorenteam der Sprachstudie bezeichnet diese Veröffentlichung als »Auftakt« einer Reihe von provozierenden Texten über Griechenland. In der Folge sei es nicht mehr um die Ursachen einer Finanzkrise gegangen, sondern um die »Stigmatisierung eines Volkes«. Nicht mehr die Finanzmärkte und Geldinstitute waren nun verantwortlich für die globale Fehlentwicklung, sondern die Griechen, die als Synonym für das wirtschaftliche Versagen Europas stehen sollen. Das von den deutschen Medien geschaffene Zerrbild beruhe auf sprachlichen Konstruktionen und Metaphern.

Auch die »Bild«-Zeitung beteiligte sich am Geschehen mit Aussagen wie: »Und was machen die Pleite-Griechen? Sie strei-



Hakenkreuz gegen Stinkefinger
Foto: dpa/Orestis Panagiotou

ken!«. Ein (vorläufiger) Höhepunkt war die populistische Forderung des Boulevardblattes an den griechischen Staat, einige der Inseln gegen Bares einzutauschen. »Bild« dichtete: »Ihr kriegt Kohle, wir kriegen Korfu«. Angesichts der belasteten Vergangenheit (Griechenland war während der NS-Zeit von deutschen Truppen besetzt) schlugen auf griechi-

scher Seite die Wellen der Empörung hoch und die Gegenreaktionen griechischer Medien fielen entsprechend aus. Die Athener Tageszeitung »Eleftheros Typos« kommentierte den Aphrodite-Titel des »Focus« mit einer überarbeiteten Version der Siegesgöttin Victoria auf der Berliner Siegessäule, in der diese ein Hakenkreuz in die Luft hält.

Hinter der Berichterstattung der deutschen Medien vermuten die Autoren ein Manöver, um vom Versagen der Finanzmärkte und der Banken abzulenken. Ob das Ablenkungsmanöver funktioniert, bezweifeln sie allerdings.

Hans Bickes u.a.: Die Dynamik der Konstruktion von Differenz und Feindseligkeit am Beispiel der Finanzkrise Griechenlands: Hört beim Geld die Freundschaft auf? Iudicium Verlag, München 2012, 237 S., 25 Euro.

OUT of SPACE

Adulthood und Klassenwechsel

Der Wohnungsmarkt in Berlin ist derzeit angespannt und selbst Plätze in einer Wohngemeinschaft sind rar gesät. Die Ansprüche der Anbieter sind hoch. So suchte Ende August via Internet eine WG »eine_n langfristige_n Mitbewohner_in, die_der sich nicht cis-männlich positioniert«. Wer diese Kriterien erfüllt, darf sich auf »sowohl weiblich als auch männlich erstsozialisierte Personen (freuen)«, von denen »einige einen Mittelklassebackground und andere Klassenwechsel erlebt (haben)«. Interesse für »Themen wie Gender, (queer) Feminismen, Anti-Sexismus, weißsein, Rassismus, Adulthood, Klassenprivilegien« wird vorausgesetzt und wöchentlich auf einem Plenum überprüft. Den Rest erledigt der Therapeut ihres Vertrauens – nein, das stand dann doch nicht in der Anzeige. jam