

politische ökologie

Grüntöne

Die Medien und die Große Transformation



März 2018_36_Jahrgang_ISSN 0933-5722_B 8400 F

 oekom
verlag

oekom e.V.

Grüntöne

Die Medien und die Große Transformation

ISBN 978-3-96238-032-8

144 Seiten, 16,5 x 23,5 cm, 17,95 Euro

oekom verlag, München 2018

©oekom verlag 2018

www.oekom.de

Slow Media

Ein Beitrag zur medialen Nachhaltigkeit

Von Peter Seeger und Torsten Schäfer

Artikel mit Tiefgang, ausreichend Zeit für Recherche, aber auch ein Bewusstsein dafür, dass Qualitätsjournalismus sein Geld wert ist – all dies sind Kriterien von Slow Media. Das Konzept einer nachhaltigeren Medienproduktion und -nutzung setzt einen Gegentrend zu Beschleunigung, Oberflächlichkeit und Multitasking.

— Betrachtet man Journalismus gesellschaftspolitisch, so bedürfen Analysen journalistischer Realitäten zunächst einer gesellschaftlichen Betrachtung; umso mehr gilt dies für seine zeitliche Dimension, die unter dem Stichwort Slow Media in die Debatte gelangt ist. (1) Einen Analyserahmen für eine womöglich andere und gesündere Zeitlichkeit des Journalismus bietet der Soziologe und Sozialphilosoph Hartmut Rosa mit seinen Metatheorien an, die er in den vergangenen Jahren entwickelt und weithin publiziert hat.

Rosa zeigt unter anderem in seinem Werk „Beschleunigung und Entfremdung“ eindrucksvoll auf, wie die Beschleunigung des sozialen Lebens und das Regime der Deadlines zu einem sich immer stärker ausbreitenden Gefühl der Entfremdung führen. Sinnbilder dafür sind Hamsterräder respektive der «rasende Stillstand». Beschleunigung und Kontrollverlust können umschlagen in nicht gewollte Entschleunigung, wie Kommunikationschaos, Börsencrash, Verkehrsstau – oder Depression. Moderne und Kapitalismus sind auf Steigerung, Wachstum und Entgrenzung angelegt. Dafür wird immer mehr Zeit benötigt, die aber bekanntlich nicht wachsen

kann. Nach unserer Einschätzung verschärfen sich die von Rosa angesprochenen Probleme dadurch, dass viele Menschen durch eine doppelte Zeitverdichtung an ihre Belastungsgrenzen stoßen: In der Waren- und Arbeitswelt geht es um Kapitalverwertung. Von Arbeitnehmer(inne)n und Konsumierenden wird erwartet, dass Einnahmen und Ausgaben möglichst immer weiter steigen. Laut dem Global Wealth Report 2015 suchen weltweit rund 147 Billionen Euro Finanzkapital nach profitablen Anlagemöglichkeiten. Und da herkömmliche Märkte weitgehend gesättigt sind, wird zunehmend Zeit und Aufmerksamkeit vermarktet.

Zeitwohlstand ist Mangelware

In der Lebenswelt, die weitgehend nicht direkt marktgesteuert ist, führen die vielfältigen Rollenanforderungen zu einer weiteren Zeitverdichtung und Überforderung, etwa durch Kindererziehung oder Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger neben dem Beruf und all den anderen reproduktiven Tätigkeiten des Alltags. Letztlich geht es auch bei der vielzitierten Work-Life-Balance um diese – sich häufig gegenseitig hochschaukelnden – Spannungen. Viele wollen die Familie nicht einfach dem Beruf unterordnen. Die Kapitalverwertung geht Hand in Hand mit vielfältigen Formen von Selbstausschöpfung.

Der Philosoph und Kulturwissenschaftler Byung-Chul Han vertritt in diesem Zusammenhang die These, dass beispielsweise transparentes Verhalten durch die sorglose Preisgabe persönlicher und intimer Daten eine faktisch erzwungene kulturelle Norm geworden sei. Was als Freiheit interpretiert werde, sei in Wirklichkeit Teil des neuen kapitalistischen Ausbeutungs- und Selbstausschöpfungsprozesses.

Der vermeintliche Ausweg aus dem doppelten Zeitengpass in der Waren-/Arbeitswelt und der Lebenswelt: Beschleunigung, Verdichtung und Paralleltätigkeiten beziehungsweise Gleichzeitigkeit. Das Ergebnis: Zeitnot, Stress, Entfremdung und Fragen zur Lebensqualität. Es ist schon paradox, betont Rosa: Wir kommunizieren mit Lichtgeschwindigkeit, reisen immer schneller, das Internet bietet immer mehr Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten – und trotzdem haben viele keinen Zeitwohlstand. Egal wie schnell wir sind, die To-Do-Listen werden immer länger. Viele machen einfach immer mehr, ohne Sinn, ohne ein Ziel zu erreichen. Daraus können schnell Frust und ein Gefühl der Fremdbestimmung entstehen. Rosa spricht

in diesem Zusammenhang auch von fehlenden Resonanzverfahren, die Menschen neben der Befriedigung materieller Grundbedürfnisse für ein gutes Leben brauchen. Ein weiteres Problem sind soziale Ungleichgewichte, die auch unter dem Stichwort Digital Divide (digitale Spaltung) diskutiert werden. Für ökonomisch gut situierte Menschen mit hohem Bildungskapital stellt der Zugang zu kostenpflichtigen Qualitätsmedien keine Hürde da. Ähnliche Effekte gibt es auf Seiten der Nutzer(innen), wie die Sozialwissenschaftlerin Nicole Zillien und andere in ihren Studien zeigen. Danach wachsen die Kluft zwischen einer selbstbestimmten und einer unkontrollierten Mediennutzung – und damit auch die Wissensdifferenzen.

Produktkriterien nach dem Slow Media-Manifest

An all diesen Punkten setzt das Konzept der Slow Media an, dessen Diskussion in Deutschland 2010 wichtige Impulse durch das Slow Media-Manifest von Sabrina David, Jörg Blumtritt und Benedikt Köhler vom Slow Media Institut bekommen hat und von der Universität Mainz wissenschaftlich begleitet wurde. Das Manifest fand international Beachtung und wurde in zehn Sprachen übersetzt. Es enthält wichtige Charakteristika für eine langsamere, bewusste und dadurch qualitativ höherstehende Medienproduktion, die auch den tagesaktuellen Journalismus umfassen. Dennoch ist es offensichtlich, dass Slow Media ihre Stärken besonders jenseits der schnellen Nachrichtenproduktion ausspielen können.

Gemäß des Manifests leisten Slow Media einen expliziten Beitrag zur Nachhaltigkeit, indem sie unter anderem Monotasking fördern, diskursiv und dialogisch konzipiert sind und indem die Qualität in ihrer visuellen und handwerklichen Machart direkt spürbar und erfahrbar wird. Wichtig ist auch der Zeitaspekt in der Produktion, die in die Tiefe geht, wodurch Glaubwürdigkeit entsteht und um Vertrauen geworben wird – dem unbezahlbaren Gut von Qualitätsmedien. Im Sinne der klassischen journalistischen Qualitätskriterien sollten Slow Media auch an den Aspekten der Relevanz (inhaltlich und gesellschaftliche Themenauswahl) und Transparenz (Berichterstattung und journalistische Arbeit) gemessen werden. Zusätzlich gilt es die Fairness ins Spiel zu bringen, etwa den Code of Fairness der Freischreiber, einem Verband der freien Journalist(inn)en, der sich für angemessene Bezahlung stark macht. Auch wenn heute noch kein Medium alle diese hohen Ansprüche erfüllen

„ Während der ökonomische und soziale Druck auf den Journalismus wächst, erfordert das Qualitätsniveau der Slow Media mehr Zeit, Themenkompetenz und kreative Spielräume für handwerklich guten und fair bezahlten Journalismus. “

kann, gibt es viele Beispiele mit einzelnen Elementen von Slow Media – und das Bild ist keineswegs vollständig: Mit *Delayed Gratification* (Slow Journalism Magazine, UK) *ZEITPUNKT*, *LE MONDE diplomatique* und auch der Fachzeitschrift *politische ökologie* gibt es entsprechende Printprodukte. Ein Quotenhit im norwegischen Fernsehen ist Slow-TV geworden, beispielsweise die Echtzeit-Übertragung von Postschiffreisen. Hinzu kommen entschleunigte TV- und Videoformate wie *Mora* bei ARD-alpha oder BBC Four (vgl. S. 115 f.), gemeinnützige Rechercheportale wie *Correctiv*, experimentelle Formate im Internet wie *Krautreporter* sowie all die leichtgängigen neuen Printheftchen, die Sinnsuche und Muße betonen wie *Emotion*, *Slow* und *Flow* oder anspruchsvollere Titel etwa *Hohe Luft*. Nicht zu vergessen die klassischen Wochenzeitungen wie die *ZEIT* oder der *Freitag*, die selektiver und weniger tagesaktuell arbeiten können als Tageszeitungen.

Bei aller Langsamkeit ist jedoch auch Vorsicht geboten: Entschleunigung ist kein Selbstzweck – und allein kein Garant für guten Journalismus. Die großen journalistischen Versäumnisse etwa in der Finanzkrise oder im VW-Betrugsskandal sind nicht auf zu wenig Zeit zurückzuführen. Viele Fakten waren über Jahre bekannt. Ein anderes Beispiel ist das Thema Postwachstum, das journalistisch bis heute kaum thematisiert wird, obwohl es in seiner ganzen Dimension seit Jahren umrissen ist und als eine Schlüsselfrage für Wirtschaft und Gesellschaft in entwickelten Industrieländern gilt. Eine Umsetzung der vorgeschlagenen Kriterien für Slow Media stößt heute auf nicht sehr förderliche Rahmenbedingungen. In Hinblick auf die insgesamt sinkenden Einnahmen für publizistische Medien (bei steigenden Tech-

nikausgaben) sind die Arbeitsbedingungen im Journalismus für viele prekär. Andere Trends sind die Glaubwürdigkeitskrise des Journalismus und die gesellschaftliche Aufregung in den Echoräumen von Social Media. Gleichzeitig suchen immer mehr Menschen Orientierung im Medien- und Meinungsdschungel, was paradoxerweise die Rolle der Leitmedien stärkt – und die der Folgemedien schwächt. Angesichts der weit verbreiteten medialen Hysteriewellen in Social Media entsteht nach dem Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen ein Nachrichten- und Faktizitätsvakuum. Gemäß seiner Einschätzung müssen Menschen wieder lernen Informationen einzuschätzen. Zudem müsse die Medienkommunikation wieder entschleunigt werden: „Information ist schnell – Wahrheit braucht Zeit“.

Zeit und Slow Media sind im Journalismus und in der Forschung dazu noch keine eigenständigen Themen. Ältere Untersuchungen weisen darauf hin, dass der Zeitaufwand für Recherche schon seit Längerem sinkt, während er für Technisches und Organisatorisches steigt. Besonders problematisch ist die Arbeitsbelastung bei freien Journalist(inn)en, die ihre Zeit zwar weitgehend selbst einteilen können, aber im Durchschnitt schlechter bezahlt werden als fest angestellte. Ein anderer möglicher Beitrag der Journalismusforschung zu Slow Media ist der philosophisch und spirituell ausgerichtete Ansatz des Kommunikationswissenschaftlers Claus Eurich, der einen integralen Journalismus durch Achtsamkeit vorschlägt. Grundlage ist eine „bewusste, intentional aufmerksame, wache und respektvolle Grundhaltung gegenüber allen Wahrnehmungen und Bewusstseinsinhalten.“

Nutzerkriterien für die Massenkommunikation

Fasst man diese vorhandenen Ansätze zusammen, so lassen sich auch für die Nutzerseite vorläufige Kriterien aufführen für eine bewusste Nutzung von Journalismus im Sinne von Slow Media:

- *Monotasking*: bewusst nur ein Medium auswählen und aufmerksam nutzen,
- *Downshifting*: auch wertige Printmedien oder Podcasts nutzen, statt nur im Netz zu surfen oder vom Radio berieseln lassen
- *Nutzung und Genuss*: Bücher, CDs oder DVDs nutzen und genießen, statt sie nur zu kaufen und ins Regal zu stellen – oder streamen, nutzen und fair bezahlen
- *relevante Nutzung*: mediale Themen nach Bedeutsamkeit auswählen, Informa-

tionen verstehen und eigene Positionen hinterfragen, gegebenenfalls mit Bedacht kommentieren,

□ *gelassene Nutzung*: sich nicht treiben lassen von der Vorstellung, alle vermeintlich wichtigen Themen verfolgen zu müssen,

□ *ganzheitliche Nutzung*: längere Texte (Reportagen oder Kommentare) möglichst ganz lesen, statt nur die Teaser oder Snippings oder statt Texte (auch Bücher) nur zu „scannen“,

□ *achtsame Nutzung*: respektvolle Grundhaltung und eigene Lernbereitschaft,

□ *soziale Nutzung*: Empfehlungen in Social Media nachgehen, aber auch einmal anderen aus der Zeitung vorlesen, Zeitungen und Bücher weitergeben oder vielleicht einmal gemeinsam lesen in einem Slow Reading Club; reine Echoräume und Gerüchteküchen in Social Media meiden,

□ *geschützte Nutzung*: datenarme Konzepte und überwachungsfreie Medien bevorzugen

□ *faire Nutzung*: versuchen, Geschäftsmodelle der Medien und Arbeitsbedingungen zu reflektieren, gute Standards im Sinne von Fair Media honorieren,

□ *Bewertung*: eigene Maßstäbe für Qualität, Glaubwürdigkeit und Gefallen entwickeln und bewusst nach ihnen in den Medienprodukten suchen – überlegen, was ein Beitrag wert ist,

□ *soziale Entlastung*: sich über brisante oder belastende Themen mit anderen austauschen und nach Lösungen suchen,

□ *Auszeiten von Medien*: medienfreie Zeiten einrichten,

□ *soziale Nachhaltigkeit*: Medienzeit und Lebenszeit grundlegend in Einklang bringen, Zeitsouveränität (wieder)gewinnen,

□ *technische Nachhaltigkeit*: nicht jeden Technikhype mitmachen, Geräte möglichst lange nutzen, teilen, reparieren, verschenken oder verwerten.

Während der ökonomische und soziale Druck auf den professionellen Journalismus wächst, erfordert das Qualitätsniveau der Slow Media mehr Zeit, Themenkompetenz und kreative Spielräume für handwerklich guten und fair bezahlten Journalismus. Zeitlicher Druck gehört zum Journalismus, aber Mindeststandards müssen immer eingehalten werden, etwa für Gegenrecherche. Zeitliche und experimentelle Spielräume setzen Vertrauen und positive Resonanz voraus seitens der Redaktions-

leitung und des Kollegiums. Für Nutzer(innen) sind Medien Vertrauensgüter: Insbesondere Qualitätsmedien könnten ihre hohen Standards besser kommunizieren und offensiv dafür werben – etwa durch Hinweise zur Recherchezeit für aufwändige Beiträge oder mit einem eigenen Label für Fair Media oder Slow Media.

Ehrgeizig und sichtbar vorgetragen könnte Slow Media letztlich als Metapher nicht nur für die Entschleunigung von Medien, sondern auch für mehr Qualität und Kompetenz in der Medienkommunikation funktionieren. Gleichzeitig könnte das Konzept eine Brücke schlagen zur Beschleunigung des Alltags und der Arbeitswelt durch digitale Medien. Auch wenn Slow Media den Journalismus und die Medien absehbar nicht revolutionieren werden, können sie eine konstruktiv-kritische Diskussion in Wissenschaft und Praxis befördern – und wie etwa Slow Food hinsichtlich der Ernährung zu einer Sensibilisierung im Alltag beitragen. —

Anmerkung

(1) Eine ausführliche Quellenliste halten die Autoren auf Anfrage bereit.



Wie lautet Ihr Narrativ für die Große Transformation?

a) „Nur wer bereit zu Aufbruch ist und Reise, mag lähmender Gewöhnung sich entrafen.“

(Hermann Hesse)

b) Nur wenn eine Zuviel-Isation mit ihrem Erreich-Tum zufrieden ist, entsteht Nachhal(l)-tigkeit

Zu den Autoren

a) Peter Seeger, geb. 1956, ist Professor für

Kommunikationswissenschaft an der Hochschule Darmstadt. Ein Arbeitsschwerpunkt ist die mediale Vermittlung von Themen im Rahmen einer nachhaltigen Entwicklung.

b) Torsten Schäfer, geb. 1977, ist Professor für Journalismus und Textproduktion an der Hochschule Darmstadt, wo er Direktor am Institut für Kommunikation und Medien ist und das Medienportal *Grüner-Journalismus.de* leitet.

Kontakt

Prof. Dr. Peter Seeger, Prof. Dr. Torsten Schäfer
Hochschule Darmstadt

Institut für Kommunikation und Medien

E-Mail peter.seeger@h-da.de,

torsten.schaefer@h-da.de