



SUMMO

Fachmagazin des Bachelor Studiengangs Medienmanagement der FH St. Pölten



Media Literacy

- >> Media-Multitasking bei Jugendlichen
- >> Medien im Alter
- >> Secret Data und Whistleblowing

Ausgabe 28

SPARKASSE
NIEDERÖSTERREICH
MITTE WEST AKTIENGESELLSCHAFT



Was zählt, sind die Menschen.

„Yeah...
im Handumdrehen
kontaktlos bezahlt.“

Mit der kleinsten Bankomatkarte der Welt.
Willkommen beim modernsten
Banking Österreichs.

Exklusiv
in Ihrer Filiale
oder im George
Store.



Inhalt

Media Literacy - eine Einführung	5
Institutionelle Media Literacy	9
Woher Information nehmen?	13
Medien im Alter	15
Silver Surfer in Internetkursen	18
Media Multitasking bei Jugendlichen	20
Digital Literacy von Geflüchteten	24
Politische Bildung von Lehrlingen	28
Darknet: Hort des Verbrechens?	32
Secret Data und der Whistleblower	35
Fluch und Segen des Infotainments	40
Mediale Darstellung von Obdachlosen	43
JournalistInnen als Autoritäten	46

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser!

„Digital Roadmap“: der lang umkreiste Entwurf der Bundesregierung liegt nun vor. Warum brandet – abseits der IT-Branche – kein Jubel auf? Etwa weil Wünsche der Medienwirtschaft und insbesondere der Medienwissenschaft nach einem verpflichteten Unterrichtsfach unberücksichtigt blieben?

Als von Studierenden gestaltetes (Redaktion, Sales, Produktion, Vertrieb), halbjährliches Fachmagazin des Bachelor Studiengangs Medienmanagement der Fachhochschule St. Pölten hat SUMO in dieser Ausgabe Themen der Media Literacy abseits des Koalitionsabkommens und Medienmainstreams fokussiert. So etwa Medienbiografien von SeniorInnen, das Medienverhalten Geflüchteter, Media Multitasking Jugendlicher, die Kompetenzen sich in „Secret Data“, Darknet und Infotainment zu bewegen.

Als zusätzliches Benefit erwarten Sie Infografiken, die in der Lehrveranstaltung „Freies Gestalten“ (Leitung: Wolfgang Aigner, Studiengangsleiter, Teresa Spasato, Lektorin) im FH-Master Studiengang Digitale Medientechnologien zu jeweiligen Artikeln entstanden.

Wir bieten Ihnen als unseren Zielgruppen – Führungskräfte aller Mediengattungen, Lehrende und Studierende der FH St. Pölten, SchülerInnen Berufs- und Allgemeinbildender Höherer Schulen mit Medienswerpunkt – mehrere Vorteile: zu virulenten Themen der Medienbranche forschende, ExpertInnen befragende Studierende, Vernetzung zwischen Jungen & Jungbleibenden. SUMO hat einerseits die Funktion einer Visitenkarte für unsere Ausbildung des Führungskräfte-Nachwuchses für Medienunternehmen, andererseits ermöglicht es den Studierenden eine Referenzierung auf deren im Rahmen des Studiums erstellten Medienproduktionen.

Wir wünschen Ihnen eine elektrisierende Lektüre und freuen uns auf Ihr Feedback,



Quelle: Privat

FH-Prof Mag. Ewald Volk
Studiengangsleiter
Bachelor Medienmanagement



Quelle: Ulrike Wieser

FH-Prof Mag. Roland Steiner
Praxislaborleiter Print
Chefredakteur SUMO



Quelle: pixabay

Media Literacy - eine Einführung

Media Literacy ist nicht nur eine Technik der Medienrezeption, sondern vielmehr die Kunst, inhalts- und wirkungsbewusst, sowie kompetent mit Medien umzugehen. SUMO beleuchtet diese in einer Schwerpunktausgabe.

524 Minuten ist ein/e Durchschnitts-Österreicher/in pro Tag, bewusst wie unbewusst, Medienbotschaften ausgesetzt. Das ergab eine Studie des „Media Servers“ 2015. Zusätzlich unterstützen Plattformen wie „YouTube“, die täglich 100.000 Stunden neues Videomaterial veröffentlichen, diese Sekundärerfahrungen. Aber verfügen wir überhaupt über die kognitiven Kapazitäten bzw. Fähigkeiten, mit dieser Flut an Informationen adäquat umzugehen, sie zu verstehen – und zu verarbeiten?

Die Erweiterung des Kompetenz-Begriffs

Mit dieser komplexen Fragestellung befasst sich Media Literacy als Forschungsfeld. Heute genügt es nicht mehr, den Literacy-Begriff auf seine ursprüngliche Definition – dem Verständnis von Sprache und der phonetischen Dekodierung – zu reduzieren, sondern er muss erweitert werden. Bedingt durch den rasanten technologischen Fortschritt und die damit einhergehende Veränderung des Mediensystems, muss man bei Media Literacy von einem Prozess ausgehen: beginnend mit dem adäquaten Zugang zu Medieninhalten, der

notwendigen Analyse und der folgenden Evaluierung bis hin zur korrekten Wiedergabe der Inhalte als Zeichen der Verarbeitung. Media Literacy fokussiert nicht auf einzelne Mediengattungen. Die Kompetenzerweiterung soll dazu beitragen, das gesamte Mediensystem kritisch zu betrachten. Die ausschlaggebende Fähigkeit dabei ist es, trotz des Einflusses von Medien die Kontrolle über das eigene Mindset nachhaltig zu bewahren.

Drei Säulen der Media Literacy

Laut James Potter, Medienwissenschaftler an der University of California, greift der Begriff jedoch viel weiter. Er definiert drei Variablen, die den Grad der Media Literacy jedes Individuums beeinflussen. Die erste ist der „Personal Locus“. Diese Säule setzt sich aus den Zielen und Motivationsfaktoren der einzelnen Person zusammen, das heißt, welche Inhalte beim Prozess der Informationsaufnahme akzeptiert und welche ignoriert werden. Je mehr man sich seiner Ziele bei der Informationsgenerierung bewusst ist und umso motivierter man ist, diese zu erreichen, desto effektiver erfolgt die

Aufnahme der Inhalte. Als zweite Säule nennt er die „Knowledge Structure“, welche die Kontextualisierung von neuen Informationen zum bestehendem Vorwissen beschreibt. Diese Variable ist besonders dann wichtig, wenn neue Medieninhalte rezipiert werden, um diese nicht isoliert zu betrachten. Die letzte Säule stellt sich aus den persönlichen „Skills“ zusammen. Damit führt Potter die oben genannten Prozessbestandteile weiter aus und fasst sie in sieben Fähigkeiten zusammen: zuerst die Analyse, Bewertung und Gruppierung der Information. Darauf folgen die Induktion, Deduktion, Schlussfolgerungen und Zusammenfassung des Inhaltes. Diese Schritte dienen zur Prüfung aufgenommener Inhalte hinsichtlich bestimmter Qualitätsmerkmale (etwa Herkunft und Zuverlässigkeit der Quellen) und anschließender Bewertung. Die Information wird danach dem individuellen Vorwissen passend zugeordnet, um diese später als allgemeingültige Regel für Einzelfälle anzuwenden. Essentiell dabei ist es, die wichtigsten Sachverhalte herausfiltern und Schlussfolgerungen treffen zu können. Soweit der idealtypische Prozess. Jedoch vermögen selbst die vorbildlichsten RezipientInnen es kaum, all diese Schritte perfekt und immer umzusetzen, denn der Mensch ist nun mal nicht perfekt.

Vorteile einer hohen Media Literacy

Wer es jedoch versucht, die genannten Parameter mit bestem Gewissen umzusetzen, profitiert in weiterer Folge von Vorteilen, die daraus entstehen. Je stärker man sich in dieser Form mit Medien beschäftigt, desto eher steigt die Chance, Teil eines selbstreferentiellen Systems zu werden, das sich motivierend auf die weitere Mediennutzung auswirkt. Dies wiederum führt zu einem höheren Grad an persönlicher Media Literacy – man findet sich somit in einer positiven Aufwärtsspirale. Des Weiteren erlaubt Media Literacy einen höheren Grad an Eigenkontrolle bei der Meinungsbildung. Einseitige Mediennutzung ist oft Nährboden für eingeschränkte Sichtweisen und schlimmstenfalls für Vorurteile. Die kritische Rezeption mehrerer Quellen jedoch geht Hand in Hand mit einem gewissen Grad an Autonomie. Die Königs-

disziplin der Media Literacy ist es, Medien zu verstehen. Das umschließt auch das Bewusstsein für die ökonomischen Ziele der Medienbetriebe und deren eingesetzter Mittel, um jene zu erreichen. Diese journalistischen Direktiven können von reißerischen Überschriften, der Verwendung emotionsgeladener Bilder bis hin zu Angst schürenden Inhalten reichen. Diese zu erkennen und kritisch zu hinterfragen, ist das Ideal.

Conclusio

In einer Zeit, in der sich das Medienrepertoire um die digitale Komponente erweitert hat, kann der Mangel an Media Literacy stärker negative Auswirkungen zeitigen. Tag für Tag, Stunde für Stunde wird die Gesellschaft mit publizierten Inhalten konfrontiert, deren Auftraggeber – Verlagshäuser, Fernsehanstalten etc. – unter permanentem ökonomischen (Konkurrenz-) Druck stehen. Ob es um die Existenz einer funktionierenden Demokratie geht, oder um das Formen von Normen und Werten: das Hinterfragen rezipierter Medien wird immer wichtiger. Es ermöglicht ein selbstsicheres Auftreten im Umgang mit sekundären Erfahrungen der Welt und kann im Idealfall zu einer Loslösung von der Abhängigkeit bei der Meinungsbildung führen. Media Literacy fördert die Selbstbestimmtheit des Individuums.

Weitere Ausprägungen, Anforderungen, Problematiken und Wirkungen erfahren Sie in dieser Schwerpunktausgabe.



Clara Langer



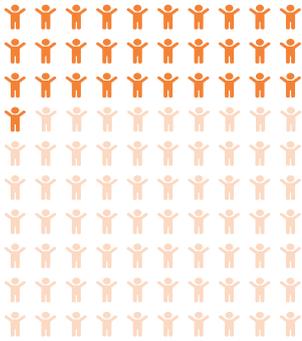
Viktoria Stanzl

MEDIA LITERACY

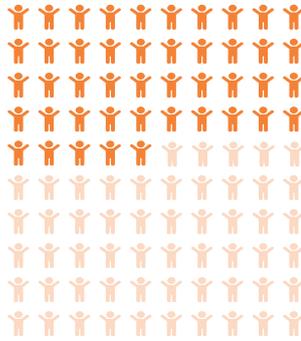
Opinion on search results

12-14 years, Europe 2014

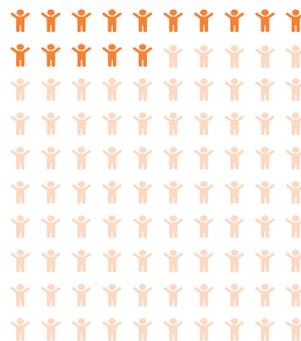
Truthful



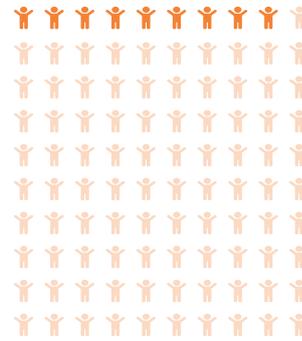
Some are truthful, some are not



Usage of results judged by design



Don't know



Who they talk to

14-29 years, Germany 2014



Parents are mostly asked regarding news and daily events



Friends will mostly be talked to regarding media content



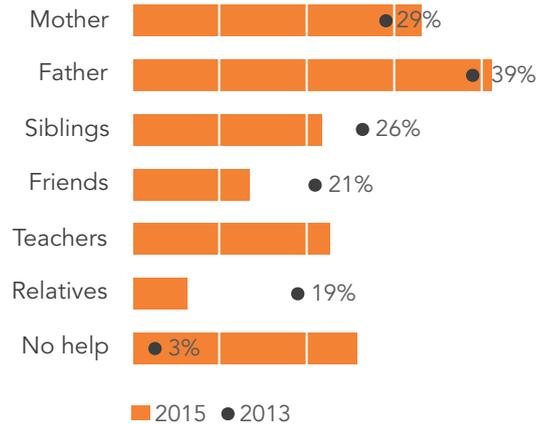
Men talk more about console- and computer-games than women



Neither men nor women talk about the duration or time of their media usage

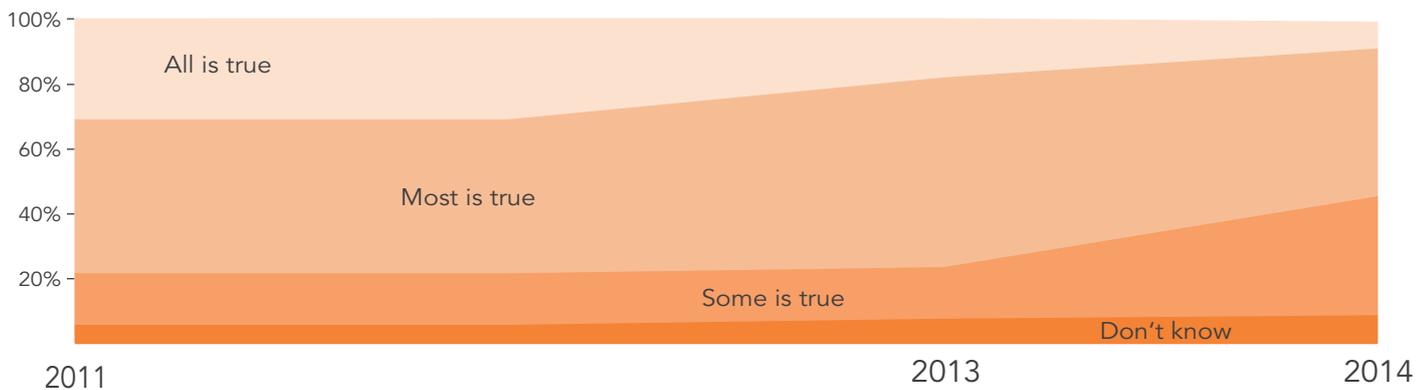
First advice regarding internet usage

11-18 years, Upper Austria 2013 and 2015



Truthfulness of news websites

12-15 years, United Kingdom 2014



Q: Sinus/MPFS/SWR: Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten, April 2014.

Ofcom: Children's Media Use and Attitudes Report 2014, 2014.

Education Group: Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Jugendlichen, April 2015.

Cost: Media literacy: Ambitions, policies and measures, September 2011.



Quelle: pexels

Institutionelle Media Literacy

Neben persönlichen Voraussetzungen darf Media Education nicht außer Acht gelassen werden. Thomas A. Bauer, emeritierter Professor an der Universität Wien und Koryphäe des Fachgebiets, erläutert das Konzept der institutionellen Kompetenzvermittlung.

Grundsätzlich liegt die Verantwortung des Kompetenzerwerbs bei jedem Individuum selbst, so Bauer. Doch gerade in einer stark strukturierten Gesellschaft wie unserer sind viele dieser Verantwortung aufgrund erlernter Rituale nicht mehr mächtig. Wir sind es gewohnt, diese Aufgaben an Institutionen zu delegieren, vor allem, wenn unser Potenzial überschritten wird. Das liegt nicht zuletzt an der meritorischen Charakteristik der Bildung.

Bedeutung der Media Education bei Kindern

Kindern mangelt es an der Fähigkeit des eigenständigen Kompetenzerwerbs, was in dieser Lebensphase natürlich ist. Daher ist es vor allem bei ihnen essentiell, sie bei der Rezeption von Massenmedien zu unterstützen, sei es durch Eltern oder Bildungsinstitutionen. Die Reife der Kinder ist kognitiv, emotional, auch moralisch noch nicht mit jener Erwachsener vergleichbar. Das kann dazu führen, dass massenmediale Botschaften falsch aufgefasst oder gar nicht verstanden werden können. Aufgrund der geringeren Lebenserfahrung kann es im Kontext der Medienkonsumption zu einer Vermischung der medialen und realen Umwelt kommen. Media Education spielt daher eine enorme Rolle

im Prozess des Erwachsenwerdens. Eltern beeinflussen das vor allem durch erzieherische Maßnahmen, doch auch ihr Potenzial stößt an Grenzen. Das ist der Punkt, an dem die Verantwortung an Institutionen abgegeben wird.

Institutionen als Vermittler

Bei „Media Education“ liegt die Institution Schule nahe. Das ist auch der erste Schritt der Verantwortungsübertragung der Eltern an eine Bildungseinrichtung. Man sollte davon ausgehen, dass „Media Literacy in den Bildungsinstitutionen als Pflichtlehre verankert werden müsste. Und zwar nicht als eigenes Programm, sondern als Unterrichtsprinzip oder als Grundmodell von Bildungs- und Wissensvermittlung“, fordert Bauer. Die kritische Hinterfragung von Medieninhalten, sowie die Ambition zur eigenständigen Partizipation sollen durch diese Modelle nachhaltig vermittelt werden. Erste Ansätze in diese Richtung war die Einführung von Laptop-Klassen in einigen Schulen. Die praktische Umsetzung variiert, doch das Kernziel der verantwortungsvollen Handhabung von Computern und Medien ist stets dasselbe: Im Rahmen von Aufgaben soll der Umgang mit elektronischen Medien kritisch gelehrt werden, um

sowohl die Recherche, als auch die Bewertung von Quellen und Texten kompetent zu vermitteln. Dieser Ansatz spiegelt bereits die erwähnte bereichsübergreifende Implementierung von Media Education wider. Es ist also von Nöten, sie nicht als eigenes Unterrichtsfach zu isolieren, sondern im Unterrichtskonzept per se zu verankern.

Sonja Livingstone, ehemalige Leiterin des Medien- und Kommunikationsdepartements der London School of Economics and Political Science, appelliert jedoch nicht nur an die Schulen als Institutionen an sich, sondern auch an den Staat. Sie betont, dass dieser verantwortlich sei, monetäre und zeitliche Ressourcen in innovative Lehrplanentwicklungen und Weiterbildungen der LehrerInnen zu investieren.

Umsetzung in Österreich

Solche Ansätze existieren, auch in Österreich. Ein Fundament ist der 2011 verabschiedete „Grundsatzterlass Medienerziehung“ des Bildungsministeriums, der zahlreiche Maßnahmen und Schwerpunkte im Bereich der Medienbildung inkludiert und das „Netzwerk Medienbildung“ fördert, welches Initiativen zur Medienkompetenzvermittlung empfiehlt.

Eine davon ist der unabhängige Verein „ZiS - Zeitung in der Schule“. Dieser nimmt eine Schnittstellenfunktion zwischen Schulen und Medien ein, indem er Partnerschulen kostenlose mediendidaktische Produkte zukommen lässt, wie zum Beispiel täglich eine Zeitung für jede/n SchülerIn. Der spielerische Umgang soll hierbei zu einem leichteren Einstieg in die Medienwelt verhelfen. „Saferinternet“, ein niederschwelliges EU-gefördertes Angebot, klärt über einen kompetenten wie verantwortungsvollen Umgang mit Medien durch Schulbesuche oder Unterrichtsmaterialien auf. Ein weiteres Mitglied des Ministeriumsnetzwerks ist die interaktive Plattform „mediamanual“, die Lehr- und Lernprozesse erforscht und Lehrmittel entwickelt. Das Team hält zusätzlich Kurse und Tagungen ab und betreibt eine Plattform zur Medienbildung. Auch Wettbewerbe, wie der „Media Literacy Award“, initiiert der Verein: SchülerInnen und Lehrpersonen können Pro-

jekte einreichen, die von einer Fachjury geprüft werden. 2016 wurden österreichweit ganze 520 Projekte eingereicht.

Dass ÖsterreicherInnen auch nach der Schule ein Sprachrohr zur aktiven Partizipation geboten wird, ermöglicht zum Beispiel der Fernsehsender „OKTO“. Thomas A. Bauer ist Gründungsmitglied der partizipativen TV-Senders und betont, dass dadurch „alle Communities, auch in der Gesellschaft benachteiligte Menschen, die Chance haben, sich am gesellschaftlichen Diskurs zu beteiligen, indem sie selbst Medien machen und nicht darauf warten, wie andere über sie reflektieren.“

Internationaler Vergleich

Österreich befindet sich mit Maßnahmen zur Media Literacy-Vermittlung im oberen Drittel des EU-Vergleichs, ergab eine Studie der „European Association for Viewers' Interests“ 2009 im Auftrag der europäischen Kommission. Untersucht wurden einerseits soziale Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit und persönliche, wie etwa das Verständnis von Medieninhalten und die generelle Verwendung von Medien. Auf der anderen Seite wurden die länderspezifischen Umweltfaktoren untersucht: die Verfügbarkeit von und der Zugang zu Medien sind dabei essentiell, wie auch die getätigten Media Literacy-Maßnahmen. Das mit Abstand am schlechtesten abschneidende Land ist Rumänien. In den folgenden Jahren wurde jedoch bereits Aufholarbeit betrieben, um dem europäischen Standard näher zu kommen, so die Abteilungsleitung des „Media Education and Research“ bei der MEDEAnet-Partnerorganisation ActiveWatch. Dicht dahinter liegen Bulgarien, Zypern, Griechenland und die Slowakei. Im oberen Drittel befinden sich neben Österreich unter anderem Schweden, Niederlande und Dänemark. Vorreiter ist Finnland, und das nicht ohne Grund. Das finnische National Audiovisual Institute veröffentlichte einen zusammenfassenden Report zu Media Education. Darin enthalten sind durch das finnische Bildungs- und Kulturministerium erarbeitete, 2013 in Kraft getretene „cultural policy guidelines“, um Media Literacy Kindern und

Erwachsenen zu vermitteln. Betont wird, dass Finnland eines der wenigen Länder ist, das eine staatliche Weisungsbefugnis in Sachen Media Education hat. Die enorme Anzahl an Media Literacy-Organisationen, welche jeweils ihren Beitrag zur Kompetenzvermittlung leisten, ist in einem derart kleinen Land einzigartig (etwa Finnish Society on Media Education, Finnish Library Association).

Auch Thomas A. Bauer bringt seine Forschungsexpertise und hohe Lehrerfahrung international ein. Neben den Vorlesungen, die er auf vier Kontinenten hält, engagiert er sich leidenschaftlich für internationale Projekte zur Steigerung der Medienkompetenz. Als Aushängeschild dafür dient ein global interkulturelles Media Literacy-Projekt, welches er vor Ort in Jakarta betreut: „Das Projekt findet ganz bewusst in den Ländern Thailand, Malaysia, Indonesien, den Philippinen, und natürlich in Österreich und Deutschland statt. Es geht darum, eine Brücke zwischen der eher kulturellen Fähigkeit, die man in Europa wahrnehmen kann, und der technologischen Fähigkeit, die man in Asien wahrnehmen kann, zu schlagen. Also technologische Schwächen in Europa und kulturelle Schwächen in Asien mit einander zu kompensieren.“ Diese kulturellen Unterschiede im Verständnis von Media Literacy erklärt er auf europäischer Ebene durch den dominanten Kulturgedanken und auf asiatischer Ebene durch den prägenden Innovations- und Technikzugang. Das Projekt soll dazu beitragen, Synergien zu nutzen, um in weiterer Folge, unter der Bedingung der Globalisierung der Medienkultur, einen Lernaustausch zu ermöglichen. Der Kommunikationswissenschaftler betont,

dass die Identität der Kulturen dabei berücksichtigt werden müsse. Dies gelte umso mehr unter dem Globalisierungsdruck, der zwingenderweise dazu führt, dass die gesellschaftliche Kommunikation in einem möglichst hohen Maße zu standardisieren sei, damit sie ökonomisch nutzbar ist.

Ausblick

Auf Basis vergangener Entwicklungen ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung mehr denn je in einer medial strukturierten Gesellschaft leben wird. Thomas A. Bauer erklärt, dass die Ästhetik unserer Kommunikation, wie wir einander betrachten, miteinander umgehen und uns gegenseitig beobachten, noch mehr davon geprägt sein wird, wie wir mit Medien umgehen und wie wir Medien auffassen.

Er konstatiert, dass der Mediendiskurs sich in Zukunft viel stärker als bisher in persönliche Diskurse und in die verschiedenen Modelle unserer sozialen Umgangsweise einmischen wird. „Media Literacy gibt uns mehr Emanzipation, ein Stückchen mehr Freiheit und ein Stückchen mehr Wahlmöglichkeit.

Dieser häretische Vorgang, dass man neue Modelle schaffen kann, ist genau das, was man als Zukunft der Mediengesellschaft voraussagen kann“, resümiert der Experte.



Clara Langer



Viktoria Stanzl



Massagepraxis

Sabine Colloredo



Ausgebildet in der **LNB**
SCHMERZTHERAPIE

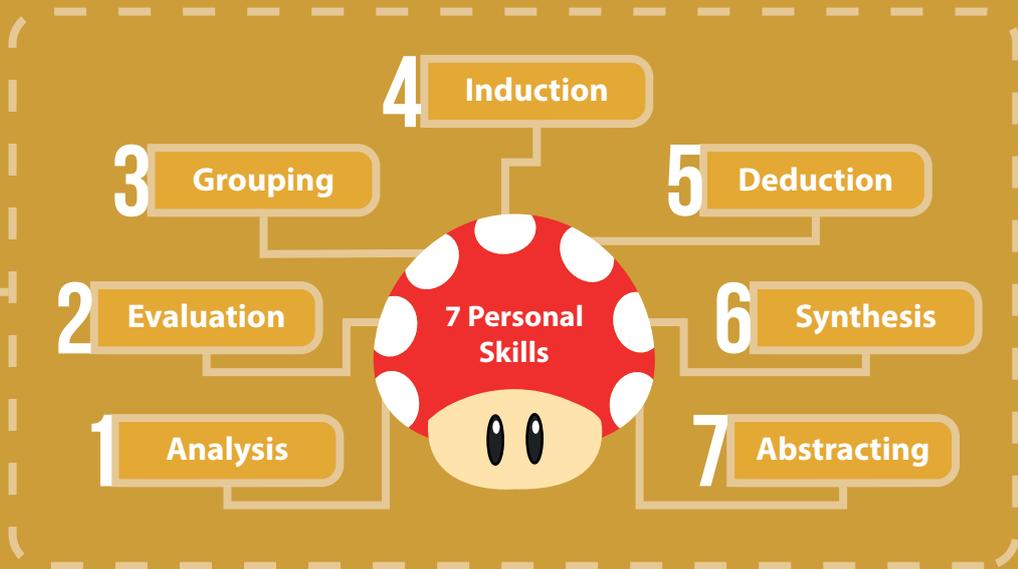
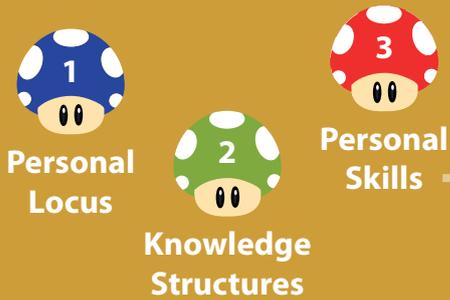
**LNB Schmerztherapie - Klassische Massage - Sportmassage - Kinesiotaping
Fußreflexzonenmassage - Manuelle Lymphdrainage**

Wienerstraße 32, 3040 Neulengbach
www.massage-colloredo.at
email: praxis@massage-colloredo.at

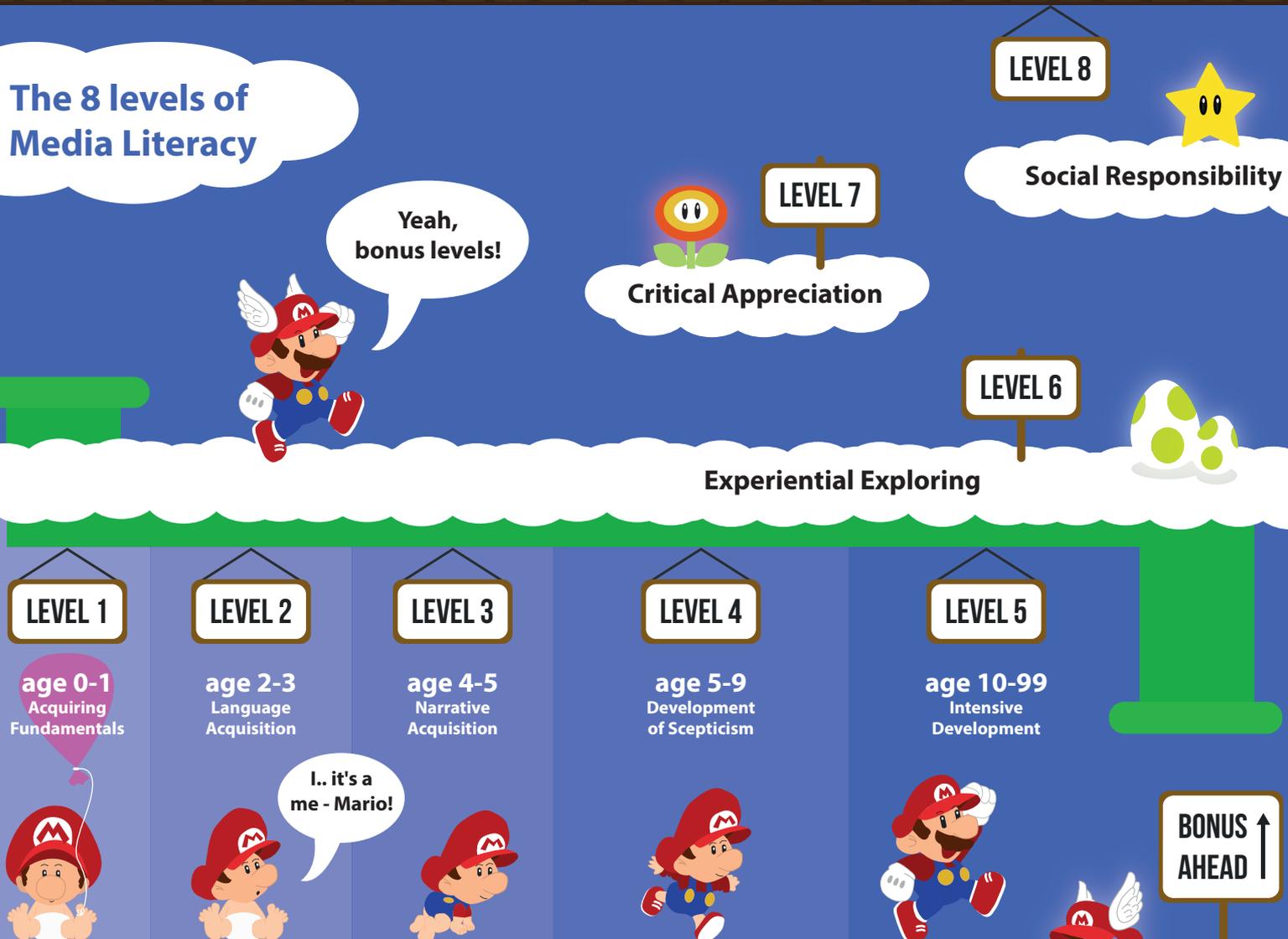
Um Voranmeldung wird gebeten unter **0699 110 115 97**

MEDIA LITERACY FUNDAMENTALS

The 3 components of Media Literacy

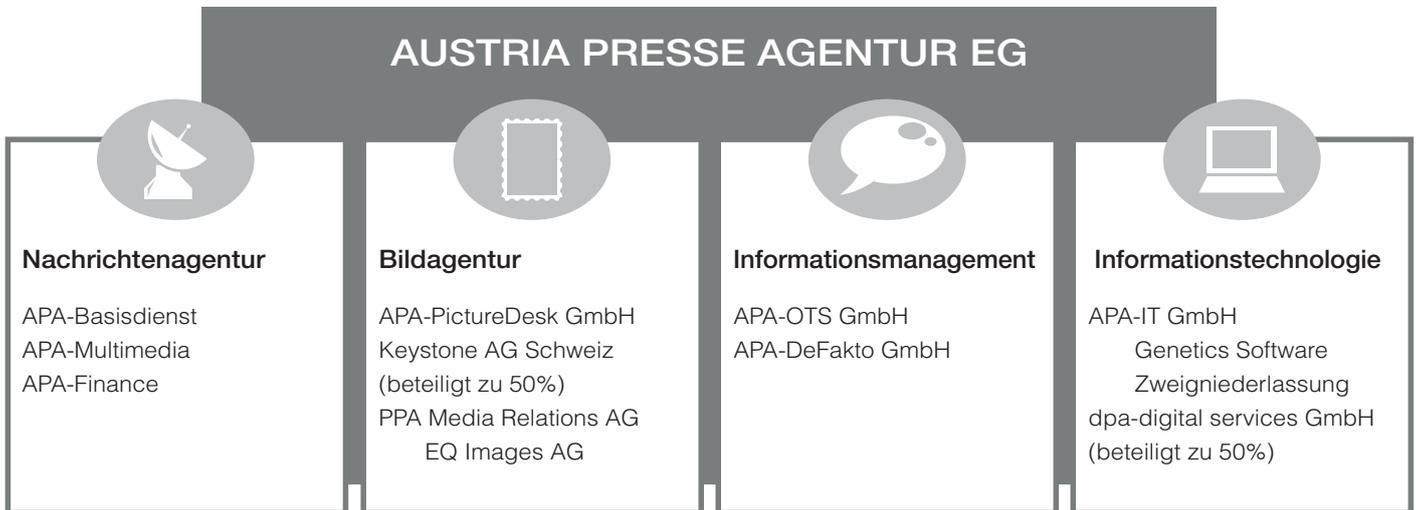


The 8 levels of Media Literacy



AUSTRIA PRESSE AGENTUR

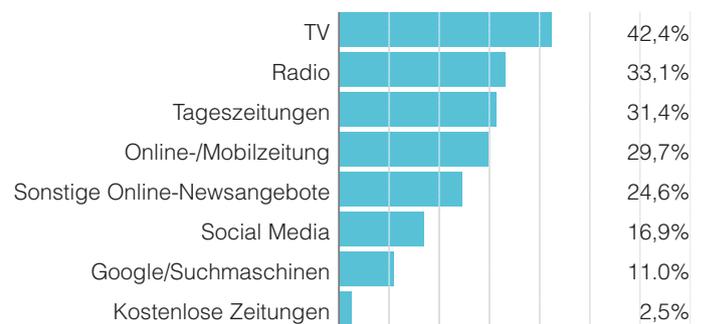
Die Austria Presse Agentur (APA) ist ein nationaler Verteiler von Presseausendungen. Sie gilt als der wichtigste Lieferant von tagesaktuellen Meldungen aus Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Chronik und Sport aus dem In- und Ausland. Die APA besteht aus der Presseagentur selbst und zahlreichen weiteren Tochterunternehmen, die maßgeblich in den Geschäftsfeldern Nachrichtenagentur, Bildagentur, Informationsmanagement und Informationstechnologie tätig sind.^[1]



Tochterunternehmen der APA^[4]

Ansprüche an die Informationsnutzung

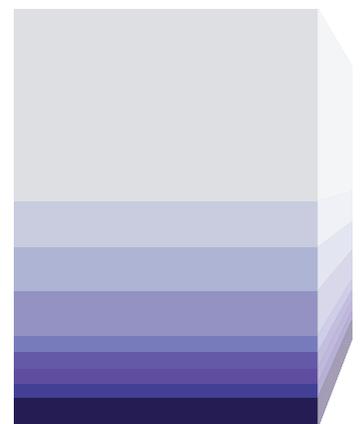
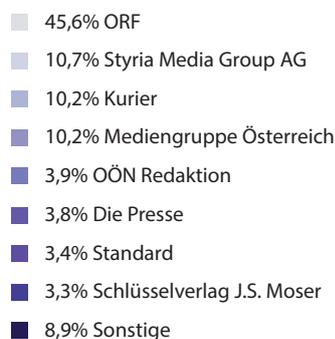
Die Informationsnutzung der ÖsterreicherInnen verlagert sich vor allem bei tagesaktuellen Themen speziell in der Altersgruppe zwischen 18 und 29 Jahren zusehends in den Social Media-Bereich. Somit hat auch die APA mit APA-OTS reagiert, da durch dieses Service ein direktes Verbreiten digitaler PR-Inhalte über die Kanäle der APA optimiert wird.^[2]



Informationsnutzungsverhalten, Altersgruppe: 18-29 Jahre^[5]

Unternehmensstruktur der Austria Presse Agentur

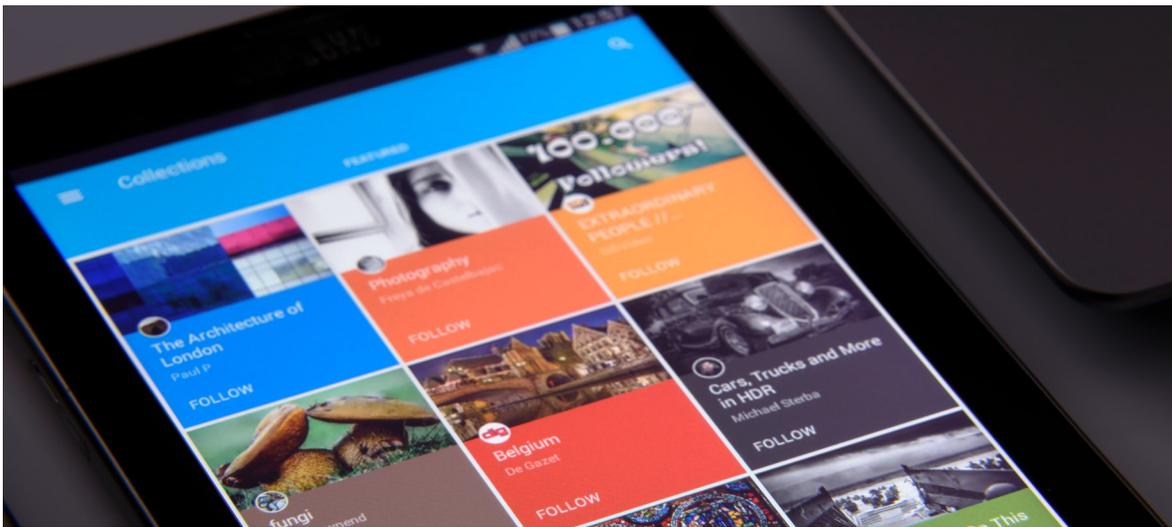
Die Austrian Presse Agentur ist ein genossenschaftlich organisiertes Unternehmen. Zu den Genossenschafteern zählen der ORF mit rund 46% Anteil, weitere heimische Medienunternehmen sowie alle österreichischen Tageszeitungen mit Ausnahme der „Kronen Zeitung“.^[3]



Eigentümer der APA^[6]

Quellen:

[1] <http://service.ots.at/uber-apa-ots/>; [2] Rampetzreiter H., „Masse und Macht der Nachrichtenagenturen“, in: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/704723/Masse-und-Macht-der-Nachrichtenagenturen> [29.10.2011], zuletzt geprüft: 10.01.2017, 20:00; [3] APA – Austria Presse Agentur eG, www.apa.at/Site/Kontakt/APA_Offenlegung_2017.pdf, zuletzt geprüft: 13.01.2017, 16:30; [4] https://www.apa.at/Site/APA-Gruppe/Organigramm_DE.png, zuletzt geprüft: 13.01.2017, 16:30; [5] [https://de.statista.com/statistik/daten/studie/305650/umfrage/levanteste-medien-als-informationsquelle-fuer-das-tagesgeschehen-nach-alter/](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/305650/umfrage/relevanteste-medien-als-informationsquelle-fuer-das-tagesgeschehen-nach-alter/), zuletzt geprüft: 13.01.2017, 16:30; [6] https://www.apa.at/Site/Kontakt/APA_Offenlegung_2016.pdf, zuletzt geprüft: 13.01.2017, 16:30; Grafiken von Michael Navratil.



Quelle: pexels

Woher Information nehmen?

Die Presse- und Nachrichtenagentur APA trägt wesentlich zur Informationsbereitstellung in Österreich bei, bietet aber noch viel mehr. Rüdiger Baumberger und Katharina Schell von der APA im SUMO-Interview.

Ein eisiger Wintertag. Vor ein paar Stunden geschah ein mutmaßlicher Terroranschlag. Jetzt muss es schnell gehen. Die APA leitet erste Meldungen an die österreichischen Tageszeitungen weiter. Doch woher nimmt die „Austria Presse Agentur“ diese Informationen, wie werden sie verbreitet und anschließend von Tageszeitungen verarbeitet?

Was die APA produziert

Im Großraumbüro der APA im sechsten Wiener Gemeindebezirk arbeiten insgesamt etwa 165 RedakteurInnen. Im Schnitt werden 560 Nachrichtentexte pro Tag geschrieben. Zusätzlich bietet die APA den zugehörigen Bilderdienst an, der tagesaktuelle Fotos aus einem Netz an hauseigenen und externen Fotografen aus aller Welt zur Verfügung stellt. Neben diesem verfügt die APA über eine eigene Bilderagentur, die ergänzend dazu Bilder von anderen Agenturen vertreibt. Auch ein Grafikdienst, in dem passende Grafiken zu Themen erzeugt werden, sowie Sonderdienste wie beispielsweise das Erstellen von besonderen interaktiven Grafiken für Websites, gehören zum Leistungsspektrum.

Verbreitung der APA-Mitteilungen

Um an Information zu kommen, recherchie-

ren die RedakteurInnen einerseits selbst, indem sie zu Pressekonferenzen und -gesprächen oder Veranstaltungen gehen und Interviews führen. Andererseits werden Nachrichten von anderen Agenturen, wie beispielsweise von der „Deutschen Presse Agentur“ aber auch von vielen osteuropäischen Agenturen, verwendet. Anschließend werden die fertig erstellten Nachrichtentexte vom APA-Chefredakteur am zentralen PC kontrolliert und an alle angeschlossenen Abonnenten elektronisch zur Verfügung gestellt, erzählt Rüdiger Baumberger, APA-Leiter für Contentmanagement und Businessdevelopment im SUMO-Interview.

Verarbeitung der APA-Mitteilungen

Im nächsten Schritt verwenden RedakteurInnen von Tageszeitungen APA nicht nur als Quelle für ihre Texte, sondern auch als Informationsgeber für die nächsten Pressekonferenz- und Veranstaltungstermine, so Josef Gebhard, Redakteur beim „Kurier“ im Ressort Chronik. Im Gespräch mit SUMO stellt er klar, dass APA-Meldungen in der Regel nicht 1:1 übernommen werden, sondern dass nach Möglichkeit nachrecherchiert wird, um mehr Hintergrundinformation oder andere Positionen zu erlangen. Baumberger beschreibt den APA-

Dienst ebenfalls als Basisversorgung für weitere redaktionelle Arbeit, bei der die Meldungen entweder zur Gänze übernommen, aber auch nur Teile verwendet werden können. Weiters betont Baumberger eine starke Verwendung des APA-Materials in den Webauftritten der Zeitungen.

Rüdiger Baumberger / Quelle: M. Wolfinger



Neben dem ORF sind alle österreichischen Tageszeitungen Genossenschafter der APA, mit Ausnahme der „Kronen Zeitung“. Diese kann ebenfalls Dienstleistungen der APA zum gleichen Tarif wie die Eigentümer nutzen, hat aber kein Mitspracherecht bei grundsätzlichen Geschäftsentscheidungen, so Baumberger. Robert Loy, Redakteur der „Kronen Zeitung“, weist im SUMO-Gespräch darauf hin, dass diese Zeitung keinen Zugriff auf APA hat, sondern lediglich „krone.at“, die redaktionell von der Printausgabe getrennt ist.

Weitere Dienstleistungen der APA

Die Austria Presse Agentur verfügt neben der Informationsbereitstellung noch über viele weitere Dienstleistungen wie zum Beispiel den Medienbeobachtungs- oder Selektionsdienst. Letzterer ist ein Mitteilungsdienst an eine bestimmte Person oder ein bestimmtes Unternehmen, welche/s Pressemittlungen zu relevanten Themen automatisch erhält. Der APA-Konzern ist aber auch ein großes IT-Unternehmen, das beispielsweise Daten von bekannten Internetseiten sammelt. „Wir bieten verwandte, aber auch andere Dienstleistungen an, die weit über normale Nachrichtenagenturen hinausgehen. Das alles hilft uns, um einen guten breiten Informationsdienst finanzieren zu können“, meint

Baumberger.

Das APA-medialab

Zusammengefasst verfügt die Agentur über zahlreiche innovative Produkte sowie über kreative Ideen und MitarbeiterInnen. Eine der jüngsten Entwicklungen des Konzerns ist eine neu gegründete Unit namens „APA-medialab“, die im Jänner 2017 startete. Involviert sind eine Reihe an SpezialistInnen aus den Bereichen Kommunikation und Innovationsmarketing, Webentwicklung und aus dem Redaktionsbereich, sowie der neue Chief Digital Officer der APA, Harald Mayer, berichtet APA-Medienredakteurin und Mitglied der Chefredaktion Katharina Schell im Gespräch mit SUMO. Sie ist seit Jänner auch mit dem medialab beschäftigt und beschreibt es als APA-Start-up, das dabei hilft, mit aktuellen Trends wie beispielsweise Datenjournalismus, mit der aktuellen „Fake News“-Debatte oder mit dem Schlagwort „Virtual Reality“ richtig umgehen zu können. „Die zentrale Frage für Medienhäuser muss im Umgang mit diesen Trends stets sein: Wie nutze ich sie, um meinen hochwertigen Content an die UserInnen zu bringen – und schließlich natürlich auch um etwas damit zu verdienen“, so Schell. Ein weiterer Grund für das Entstehen des APA-medialabs ist, „dass viele Unternehmen einen oft langwierigen Innovationsprozess etabliert haben, der schnelles Handeln und Ausprobieren von Lösungen eher erschwert, denn fördert. Und: Wir wollen unsere Kunden künftig viel früher einbinden – am besten ab der Geburt einer Idee“, so Schell weiter. Das APA-medialab soll sich dann auch nach außen öffnen und allen Eigentümern der APA zur Verfügung stehen.



Madeleine Wolfinger



Quelle: pexels

Medien im Alter

In Österreich leben laut Statistik Austria in etwa 1,6 Millionen Menschen, die 65 Jahre oder älter sind. Dennoch wird dieser Bevölkerungsgruppe in der Medienwissenschaft und -branche relativ wenig Aufmerksamkeit geschenkt.

Alte Menschen hören den ganzen Tag Radio, sehen stundenlang fern, lesen täglich ihre Lieblingszeitung und meiden das Internet – diesen Klischees über Mediengewohnheiten von SeniorInnen geht SUMO auf den Grund. Wie und warum nutzen sie Medien? Welche Wünsche und Bedürfnisse haben sie?

Die Bachelor Studiengänge Medienmanagement und Media- und Kommunikationsberatung der Fachhochschule St. Pölten führten im März 2016 im Rahmen einer qualitativen Untersuchung 52 Interviews mit österreichischen SeniorInnen über 65. Die befragten Personen sind zu 60% weiblich und zu 40% männlich. Ziel dieser Studie ist es, die Mediensozialisation und Mediengewohnheiten, sowie die Bedürfnisse und Wünsche betreffs Medien zu ergründen und zu verstehen. Nach ihrer erstmaligen Durchführung 2015 wird die Studie 2017 fortgesetzt. SUMO präsentiert erste Ergebnisse.

Kindheit und Jugend

In der Kindheit hatte das Radio für die meisten Interviewten eine große Bedeutung. Insgesamt gaben 88% der Befragten an, in ihrer Kindheit Radio gehört zu haben, wobei oft der „Volksempfänger“ als Gerät genannt wurde. Fernsehen war den heutigen SeniorInnen in der Kind-

heit weniger wichtig: Viele gaben an, keinen Fernseher zu Hause gehabt zu haben oder dass es in ihrer Kindheit noch kein Fernsehen gab, da es in Österreich erst 1955 eingeführt wurde. In der Jugend jedoch spielte das Fernsehen für einige der Befragten eine große Rolle, wobei das Radio weiterhin ein beliebter Begleiter blieb. Eine 67-jährige Frau erzählte, dass sie in ihrer Jugend heimlich „verdorbene Musik“, wie Elvis Presley oder die Beatles hörte, da ihre Eltern diese Art von Musik ihr verboten hatten. „Die Pilzköpfe, die langen Haare waren damals nicht gerne gesehen.“

Auch Zeitungen und Zeitschriften gewannen für viele der Befragten an Bedeutung: Ungefähr die Hälfte gab an, in der Jugend Zeitungen oder Zeitschriften gelesen zu haben, wobei „Bravo“ als Titel mehrmals genannt wurde.

Unterhaltung, Information, Geräuschkulisse

Mit dem Pensionsantritt haben sich bei einem Viertel der 52 interviewten Personen die Mediengewohnheiten verändert: Sie haben nun im Ruhestand mehr Zeit und rezipieren deshalb auch mehr Medien. Allgemein nutzen ältere Leute Medien einerseits zur Unterhaltung, andererseits um mitreden zu können und um Informationen zu bekommen. Einige erwähnten

auch, dass Radio oder Fernseher nur als Geräuschkulisse eingeschaltet werden. Das Radio nutzen viele, um morgens Nachrichten zu hören, im Auto oder als „Nebenbei-Medium“, das den ganzen Tag läuft.

Laut Teletest haben Menschen über 60 Jahren die höchste Fernsehdauer, 2013 waren dies in Österreich ganze 257 Minuten am Tag. Von den Befragten der Studie sieht ein Drittel die Primetime als Fixpunkt in ihrem Tagesablauf. Besonders wichtig sind für fast die Hälfte der SeniorInnen die Nachrichten im Fernsehen, die sie auch täglich rezipieren. Hier wird besonders oft die „Zeit im Bild“ genannt. Zusätzlich nutzen einige der älteren Leute den ORF-Teletext. Morgens die Zeitung zu lesen stellt für ein Drittel der befragten SeniorInnen ein wichtiges Ritual in ihrem Medienalltag dar, wobei einige die Zeitung nur durchblättern und andere gerne Kreuzworträtsel lösen.

„Neue Medien“ – Rätsel und Alltagshelfer

Das Internet betreffend sind die Ansichten der älteren Generation sehr unterschiedlich: Für manche ist es „ein Buch mit sieben Siegeln“, für andere hingegen ist es für das alltägliche Leben sehr wichtig: „Heutzutage mache ich fast alles über das Internet. Nachrichten lesen, alle Bankgeschäfte abwickeln, und meine Frau nützt es zum Onlineshopping“, erklärte ein 74-jähriger Befragter.

Besonders in Hinblick auf die Nutzung von Handy und Computer lassen sich viele ältere Menschen von ihren Kindern und Enkelkindern helfen. Ein Fünftel gab dagegen an, sich den Umgang mit neuen Medien selbst beigebracht zu haben. Besonders die Nutzung von Computer und Internet lernten einige der SeniorInnen durch ihre ehemalige Arbeit kennen. Zwei der Befragten erzählten davon, dass sie online Zeitung lesen und zwei gaben an, „Skype“ zu verwenden, um mit Menschen in Kontakt zu kommen. Nur sechs Personen bekundeten, überhaupt kein Interesse an Internet und Computer zu haben.

Bedürfnisse und Wünsche

Der häufigste Wunsch bezüglich einer Veränderung des Fernsehprogramms betrifft die

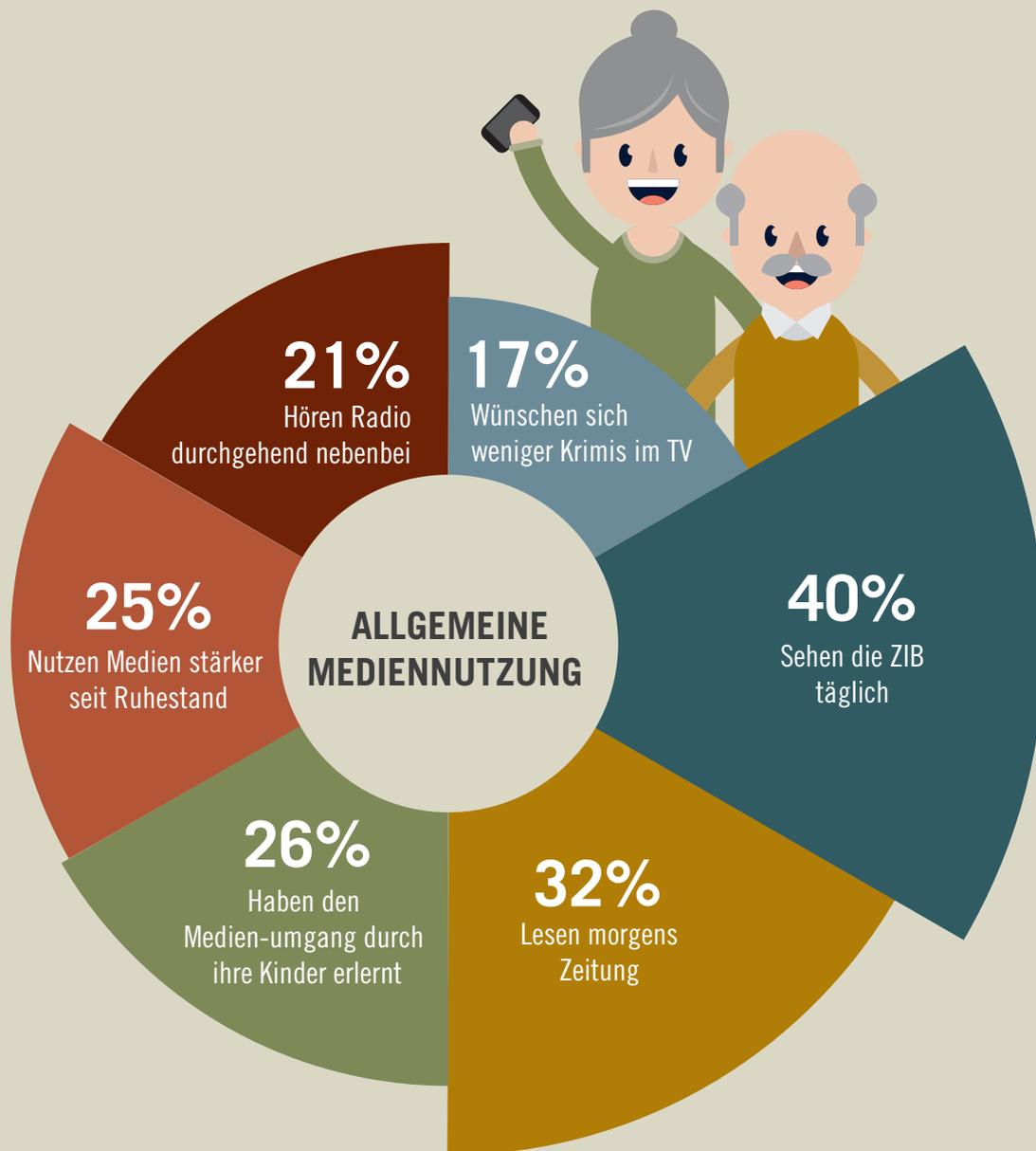
Anzahl der Kriminalfilme: Neun Personen fanden, dass zu viele Krimis gespielt werden. So meinte eine 94-jährige Dame, dass sie mit dem Programm „eigentlich vollkommen zufrieden“ sei, aber „die ganzen Krimis im Fernsehen“ seien „schrecklich“. Ausgedrückt wurde auch das Empfinden, dass interessante Sendungen oft zu spät gezeigt werden, sowie der Wunsch nach mehr Kultur und Geschichte im Fernsehen. Fünf Befragte beschwerten sich über „zu viel Werbung“, wobei allerdings angemerkt wurde es zu verstehen, dass die Programmfinanzierung ohne Werbung nicht möglich wäre. Eine häufigere Kritik betrifft die Lautstärke: So seien Sendungen akustisch oft schwer zu verstehen, entweder aufgrund der lauten Hintergrundgeräusche oder der SchauspielerInnen, die „undeutlich sprechen“. Der Wunsch nach mehr Objektivität in der Berichterstattung wurde von vier Personen angesprochen. Von diesen betonte ein Herr besonders, dass er in den Nachrichtensendungen nicht die Meinung der JournalistInnen hören wolle, sondern Fakten.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es – besonders in Bezug auf die neuen Medien – große Unterschiede zwischen den befragten SeniorInnen gibt. Jedoch spielen Medien generell für den Großteil der älteren Menschen eine bedeutende Rolle: Sie unterhalten, informieren und begleiten im Alltag. Die Medienbranche sollte sie nicht vernachlässigen, werden doch diese Alterskohorten quantitativ immer stärker. Die Lebenserwartung steigt, das Zeit- und teils auch ökonomische Budget für die Mediennutzung wächst.



Elisabeth Brandstetter

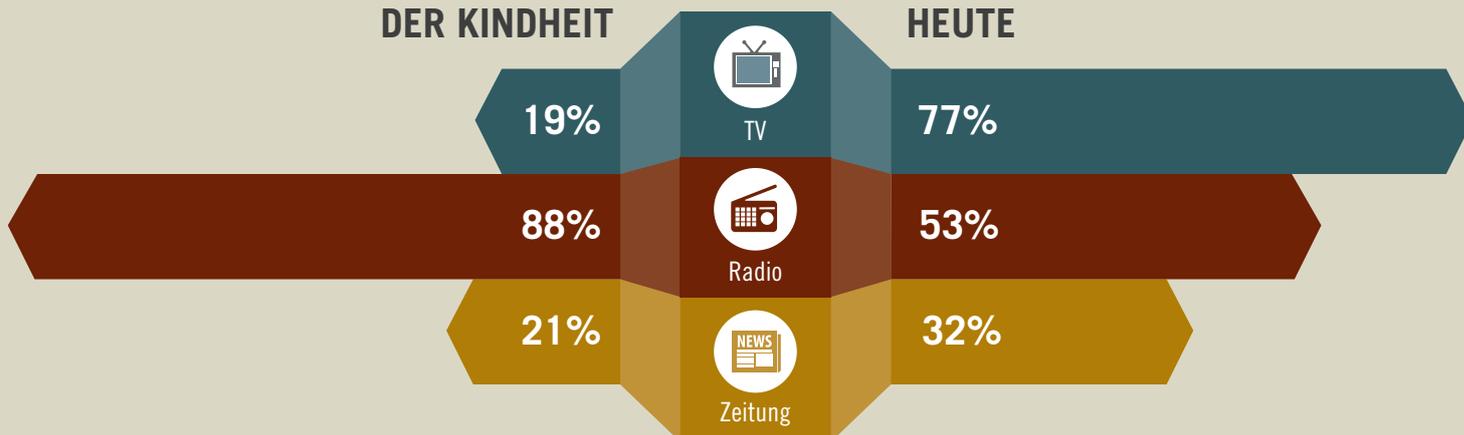


MEDIENHANDELN VON MENSCHEN DER GENERATION 65+ IN ÖSTERREICH

Ein Forschungsprojekt der Bachelor Studiengänge Medienmanagement bzw. Media- und Kommunikationsberatung an der FH St. Pölten bei dem insgesamt 52 SeniorInnen über ihr Medienverhalten befragt wurden.

MEDIENNUTZUNG IN DER KINDHEIT

MEDIENNUTZUNG HEUTE





Quelle: pixabay

Silver Surfer in Internetkursen

SUMO reflektiert die Erfahrungen einer Anbieterin und einer Teilnehmerin von Computerkursen für SeniorInnen.

Das Internet stellt für Menschen, die damit aufwachsen in der Aneignung kein großes Problem dar. Für ältere Generationen – negativ konnotiert „Digital Immigrants“, werbetech-nisch positiv titulierte „Silver Surfer“ – ist es bis-weißen mühsam, dahinterstehende Technologi-en anzuwenden.

Karin Niederhofer leitet seit zehn Jahren das SeniorenColleg in Wien, in dem Pensionist-Innen Grundlagen des Computers verstehen und anwenden lernen. Davor lehrte sie an der Volkshochschule Urania ebenfalls im Bereich der Senioren-Computerschulung und grün-dete schließlich 2006 ihr SeniorenColleg. Nie-derhofer bietet – aufeinander aufbauend – drei Grundlagenkurse an: „Windows Start“ zum Er-lernen der ersten Schritte mit Maus, Tastatur, Textverarbeitung, Systemsteuerung und Ähn-lichem. „Internet Start“ für Anwendungen im Internet, wie Suchmaschinen, Onlineshopping, Buchung verschiedener Veranstaltungen oder Urlaube. Im letzten Kurs „E-Mail Start“ wird vermittelt, wie E-Mails geschrieben, versendet und empfangen werden. „Natürlich kann man in 30 Stunden nicht den gesamten Computer erlernen, aber man kann zumindest compute-risiert schreiben, Internet surfen, mailen und Bilder bzw. Dokumente anhängen, öffnen und abspeichern“, erläutert Niederhofer. Jeder der

Kurse dauert 10 Stunden und kostet 150 €. Christa Barbanek, eine Kursteilnehmerin, lobt die Schulungen: „Die Computerkurse sind je-den Euro wert.“ Die Hälfte der TeilnehmerIn-nen besucht danach Niederhofers Weiterbil-dungskurse, die „ICOLLEGS“: Sie werden nicht offiziell ausgeschrieben, da sie allzu schnell aus-gebucht seien. 14 parallel laufende werden ein halbes Jahr vorgebucht und einmal im Monat treffen sich die TeilnehmerInnen für drei Stun-den zur Weiterbildung oder Auffrischung. „Ich habe KundInnen, die kommen seit fünf Jahren ins gleiche Kolleg. Das monatliche Zusammen-treffen ist vergleichbar mit den Turnstunden, nur kommen sie eben in die Computerkurse, um sich auf den neuesten Stand zu bringen“, so Niederhofer.

Internetbedürfnisse von SeniorInnen

Barbanek hatte, bis auf wenige Internetversu-che, keine weiteren Vorkenntnisse. Mittlerweile besucht sie den dritten Kurs „E-Mail Start“ im SeniorenColleg. „Eigentlich ist es nicht wirklich kompliziert. Wenn man dabeibleibt und sich damit beschäftigt, dann lernen wir das alle.“ Dennoch bleibt ihr Laptop oft unberührt: „Ich versuche, soweit es möglich ist, dem Computer auszuweichen. Es geht mir aber auf die Nieren, dass ich immer jemanden fragen muss, da ich mich zu wenig auskenne.“

Die geringe Internetnutzung durch SeniorInnen ist stark mit Klischees behaftet, Niederhofer ist davon überzeugt, dass diese nicht der Wahrheit entsprechen: „Ich glaube, dass die SeniorInnen ein sehr hochstrebendes Publikum sind. Man muss nur anders mit ihnen umgehen und manche Dinge wirklich exakt oder öfters erklä-

Karin Niederhofer / Quelle: Alexander Niederhofer



ren, dann nutzen SeniorInnen das Internet intensiv.“ Auch für Barbanek ist es nützlich: „Man kann wirklich sehr viel lernen und viel nachschauen, also man erspart sich Wege. Aber von ‚Facebook‘ und solchen Dingen halte ich nicht besonders viel.“ Karin Niederhofer schätzt, dass über 50 Prozent der SeniorInnen im Internet aktiv seien. „Die einen gehen in einen Computerkurs und erlernen eine Basis. Die anderen, die glauben sie erlernen sich das selbst, ‚sind‘ im Internet, vor allem via Smartphone: Sie kurven im Internet ohne Plan herum und sind unzufrieden. Wenn ich keine Kurse besuche, dann habe ich eine Umwegsrentabilität. Hin und wieder habe ich dann ein Erfolgserlebnis, weil ich im Internet etwas geschafft habe, was ich auch wirklich erreichen wollte. Das kommt aber ohne tatsächliche Internet-Kenntnisse nur selten vor.“

Ungefähr 3.000 SeniorInnen hat Karin Niederhofer in ihrer Kundendatei: „Ich könnte Ihnen 300 nette Erlebnisse aufzählen, weil ich mit circa einem Drittel meiner KursteilnehmerInnen befreundet bin. Sie sind nicht bloß in meinen Kursen, sondern in der Zwischenzeit ist daraus

eine richtige Community geworden. Irgendwie ist das wie ein großer Stammtisch. Wir fliegen miteinander in den Urlaub und besuchen gemeinsam Veranstaltungen.“

Besonders in Erinnerung ist ihr die 84-jährige Charlotte geblieben. Gemeinsam besuchten sie sogar die „Barbara Karlich Show“. Die Pensionistin besitzt einen Computer, ein iPhone und ein iPad. „Wenn man ihr zusieht, dann glaubt man, sie ist ungefähr 50 Jahre alt. Sie kann diese Geräte derartig gut bedienen und ist derartig glücklich, dass es anderen als unwahrscheinlich gilt,“ erzählt Niederhofer begeistert. Und was fällt Christa Barbanek spontan zum Internet ein? „Extrem viele Informationen, die man manchmal gar nicht wissen will.“



Johanna Reber

colloredo
innenarchitektur

planung
beratung
verkauf
montage

Markus Mels-Colloredo
Wienerstraße 32/3
3040 Neulengbach
+43 (0) 664/ 355 80 18
office@mels-colloredo.at



Quelle: pixabay

Media Multitasking bei Jugendlichen

Neben dem Fernsehen auf dem Laptop streamen und diverse Social Media-Kanäle durchforsten. Sind Digital Natives mit Medienangeboten überfordert? SUMO beleuchtet die aktuelle Forschung zu Media-Multitasking bei Jugendlichen.

Media Multitasking gewinnt weiter an Bedeutung, doch welche Auswirkungen hat diese immer beliebter werdende Form der Mediennutzung auf die Aufnahmefähigkeit Jugendlicher? Häufig wird angenommen, dass dauerhafte und vielseitige Stimulationsquellen die Konzentration junger Menschen erheblich beeinflussen und gar Hyperaktivität auslösen können.

Multitasking ist jedoch nicht gleich Multitasking. Laut Foehr (2006) muss dies in zwei unterschiedliche Arten unterteilt werden.

Die erste Form des medialen Multitaskings umfasst die Parallelnutzung zweier Medien, beispielsweise durch Second Screen Nutzung. Grundsätzlich ist diese Form der Mediennutzung nicht neu, jedoch aufgrund von einem stetig wachsenden Medienangebot und der enormen Bedeutung mobiler Medien immer häufiger vorzufinden. Des Weiteren unterscheidet man auch die gleichzeitige Verbindung einer medialen und non-medialen Tätigkeit. Wallis (2010) sieht zudem die Nutzung mehrerer medialer Angebote auf einem Medium als weitere Form des Multitaskings.

Medienvielfalt und Aufmerksamkeit

Ein Grund für die Veränderung der Medien-

nutzung ist die Verfügbarkeit von Medienangeboten und die Geschwindigkeit der Verbreitung von Medientechnologien. So hat sich beispielsweise nach Erhebung der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (2014) im Zeitraum von 2002 bis 2013 das private TV Angebot von 62 auf 176 Programme vergrößert und somit fast verdreifacht. Diese Zunahme ist nahezu ausschließlich auf digital verbreitete Spartenkanäle zurückzuführen. Laut ARD-ZDF Online Studie (2016) hat sich die tägliche Internetnutzung der 14-29-Jährigen in Deutschland innerhalb eines Jahres um 32 Minuten erhöht und erstmals die Marke von vier Stunden durchbrochen. Zudem überholt das Smartphone den Laptop als häufigstes Empfangsgerät. Wer meint, durch den erhöhten Internetkonsum würde der restliche Medienkonsum schrumpfen, der irrt. So hat sich auch die Fernsehnutzungsdauer Jugendlicher und junger Erwachsener in den letzten sechs Jahren von 107 auf 124 Minuten erhöht, was einem Anstieg von fast 15% entspricht.

Multitasking stellt eine enorme Herausforderung für kognitive Fähigkeiten dar. Kognitionspsychologische Forschungen zeigen, dass der Informationsaufnahme Grenzen gesetzt

sind. Die meisten Informationen gelangen ins sensorische Gedächtnis. Der Bestand dieser Informationen kann jedoch nur fortbestehen, wenn Aufmerksamkeit auf sie gerichtet ist. Aufmerksamkeit kann als eine Art Filter bezeichnet werden, um die Flut an Stimuli im Alltag zu verarbeiten und ist damit ein Schutz vor Informationsüberlastung. Brasel und Gips (2011) erforschten, dass RezipientInnen, die gleichzeitig den Fernseher und das Internet benutzten innerhalb von 20 Minuten in etwa 120 Mal, größtenteils unbewusst, mit dem Blick schwankten und somit die durchschnittliche Verweildauer nur wenige Sekunden betrug. Riepls (1972) Annahme, dass es aufgrund von vielfältigeren Angeboten und Nutzungsverhalten zu einem komplementären Mediengebrauch kommen wird, bestätigt sich somit.

USA als Vorreiter in der Forschung

Das Forschungsfeld um Media Multitasking ist noch relativ jung. Der Ursprung liegt in Foehrs (2006) Studie der Kaiser Family Foundation in den USA. In dieser wurde erstmals Daten von Jugendlichen via Fragebogen und Medientagebuch erhoben. Kritikpunkt dieser Studie ist, dass Handys noch nicht berücksichtigt wurden. Die Ergebnisse zeigten, dass bloß ein Fünftel gar kein mediales Multitasking ausübt. Diejenigen, die Medien parallel rezipieren, betreiben dies während eines Viertels der gesamten Mediennutzungszeit. Weitere signifikante Ergebnisse waren, dass Jugendliche, welche eine höhere Mediennutzungszeit zu verbuchen haben, auch häufiger zum Parallelkonsum tendieren. Außerdem ist bei Frauen die Wahrscheinlichkeit von Media Multitasking und die Tendenz zu Risikoverhalten erhöht. Auch Jeong und Fishbein (2007) konnten den Bezug von Geschlecht, Risikoverhalten und Medienbesitz bestätigen.

Laut Foehr dominierte anno 2006 in den USA das Fernsehen noch vor dem Musikhören und der Verwendung des Computers. In circa der Hälfte der Nutzungszeit findet hier eine Parallelnutzung statt, bevorzugt werden meistens non-mediale Tätigkeiten. Da diese in den meisten Fällen automatisiert sind, benötigen

sie nur wenig Aufmerksamkeit. Die gemeinsame Nutzung mit anderen Medien findet nur bei knapp einem Fünftel der Fernsehzeit statt, dies entspricht fast 2,5 Stunden in der Woche. Der Fernseher war in dieser Studie neben dem Computer, mit circa 4 Stunden pro Woche, das wichtigste Medium für die Parallelnutzung.

Auch Musik wird gerne parallel zu non-medialen Tätigkeiten genutzt. So konnte in einem nicht repräsentativen Experiment nachgewiesen werden, dass das Hören von Musik und Anschauen von Musikvideos in einer Fremdsprache kaum negative Auswirkungen auf die Ergebnisse von schulischen Hausaufgaben hat. Hingegen kann das Rezipieren einer Serie, so Poll et al. (2003) erhebliche Auswirkungen auf das Leistungsniveau bei Hausaufgaben haben. Beim Lesen wiederum werden kaum andere mediale Nebentätigkeiten ausgeführt, da es sich größtenteils um eine Einzelbeschäftigung handelt. Der Computer hingegen regt zu Media Multitasking an: So sind „E-Mails schreiben“ (83%), „Surfen“ (74%) und „Chatten“ (74%) die beliebtesten Tätigkeiten in der Parallelnutzung. Somit bestätigt sich Riepls Annahme, dass neue Medien eine Komplementärnutzung vorantreiben. Zusammenfassend zeigt diese Studie, dass Computer, aufgrund der vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten am meisten für Media Multitasking geeignet sind. Wichtig ist, dass zwischen den verschiedenen Tätigkeiten am Computer unterschieden wird, da er aufgrund seiner technischen Möglichkeiten nicht als ein Medium gesehen werden kann.

Interessanter wird es, wenn man die Ergebnisse von Foehr (2006) mit der erneut durchgeführten Studie von Rideout, Foehr und Roberts (2010) vergleicht. Signifikant ist der stark gestiegene Medienkonsum, so wurde in dieser Durchführung auch Mobilkommunikation mit einbezogen, auf die ein Fünftel der gesamten Mediennutzungszeit fällt. Zeigten sich 2006 noch in 26% der Mediennutzungszeit parallele Nutzungsmuster, sind es 2009 bereits 29%. Somit werden täglich rund 10 Stunden und 45 Minuten Medieninhalte aufgrund der Parallelnutzung in einer Mediennutzungszeit von 7 Stunden und 38 Minuten rezipiert.

Es wurde erneut bestätigt, dass Haushalte mit einem großen Angebot an Medien und geschlechtlich differenziert Mädchen stärker Medien parallel nutzen. Musik, Computer und vor allem der Fernseher weisen mit circa 40% den höchsten Anteil an Parallelnutzung auf. Durch das Schreiben von SMS ist die Medienmehrnutzung stark angestiegen. Im Bereich Mediennutzung und Hausaufgaben sind die Zahlen gleich geblieben. So nutzt nur ein Drittel während der Hausaufgaben ein Medium.

Eine andere qualitative Studie aus den USA von Bardhi, Rohm, Sultan (2010) untersuchte mithilfe halbstrukturierter Interviews und einer Collage positive und negative Auswirkungen von Media Multitasking auf StudentInnen. Nachteile sind beispielsweise Ineffizienz und Chaos, verringertes Engagement bezüglich einzelner Inhalte sowie die Gefahr der Abhängigkeit. Positive Auswirkungen sind ein Gefühl von Kontrolle und Produktivität, Effizienz bei der Erledigung von Aufgaben sowie das Gefühl von Verbundenheit mit dem sozialen Umfeld.

EU-Befunde und Ausblick

Die „Jugend, Information, Multimedia“-Studie (JIM) ist eine jährliche repräsentative Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest. Ein Teil der Studie von 2009 wurde qualitativ erhoben, indem 102 Jugendliche intensiv befragt wurden. 47% der Befragten gaben an, mindestens einmal pro Woche neben dem Fernsehen andere Tätigkeiten auszuführen. Jeweils 41% nannten als Nebentätigkeit Internet-Surfen und Lernen. Wie bei den amerikanischen Studien ist Media Multitasking bei Mädchen stärker zu beobachten. Die Parallelnutzung während jener eines Computers fiel etwas geringer als beim Fernseher aus und betrug 36%.

Auch die ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015 zeigt brisante Ergebnisse. Die Studie verfolgt seit 1970 die Veränderung von medialer Parallelnutzung. Das Internet erwies sich als Treiber medialen Multitaskings, weshalb seit 2000 die Parallelnutzung stieg. Dennoch tritt seit 2005 trotz steigendem Medienangebot ein Sättigungsgrad ein, der auf die

Grenzen menschlicher Rezeptionsfähigkeit zurückzuführen ist. Media Multitasking wird zudem häufiger von jungen und hoch gebildeten Menschen betrieben.

Baumgartner, Weeda und Huizinga (2014) andererseits befragten und testeten 118 Jugendliche zwischen 11 und 13 Jahren, um die Aufmerksamkeit und Auswirkungen auf Hyperaktivität von medialem Multitasking zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigten, dass jene, die Medien häufig parallel nutzen, signifikante Konzentrationsprobleme aufwiesen. Jugendliche, die Parallelnutzung gewohnt waren, hatten jedoch weniger Probleme irrelevante Informationen zu filtern. In Bezug auf Hyperaktivität beschrieben sich jene, die viel mediales Multitasking betrieben als hyperaktiver. Zentrales Ergebnis war, dass Jugendliche durch Media Multitasking Aufmerksamkeitsprobleme und Hyperaktivität aufweisen, dennoch konnte auch der positive Zusammenhang von Medien-Multitasking und bestimmten kognitiven Prozessen bestätigt werden.

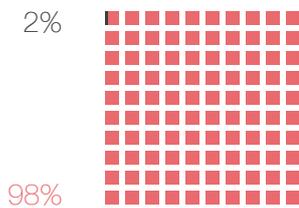
Künftige Forschung muss insbesondere die dynamische Entwicklung mobiler Devices beobachten, da hier das größte Potenzial zur Parallelnutzung besteht. In etablierten Medienangeboten scheint die Rezeptionsfähigkeit eine Grenze erreicht zu haben. Hier haben sich die Ergebnisse in den letzten Jahren kaum verändert.



Mathias Blaha

MEDIA MULTITASKING BEI JUGENDLICHEN

98% der Menschen mit Multitasking überfordert

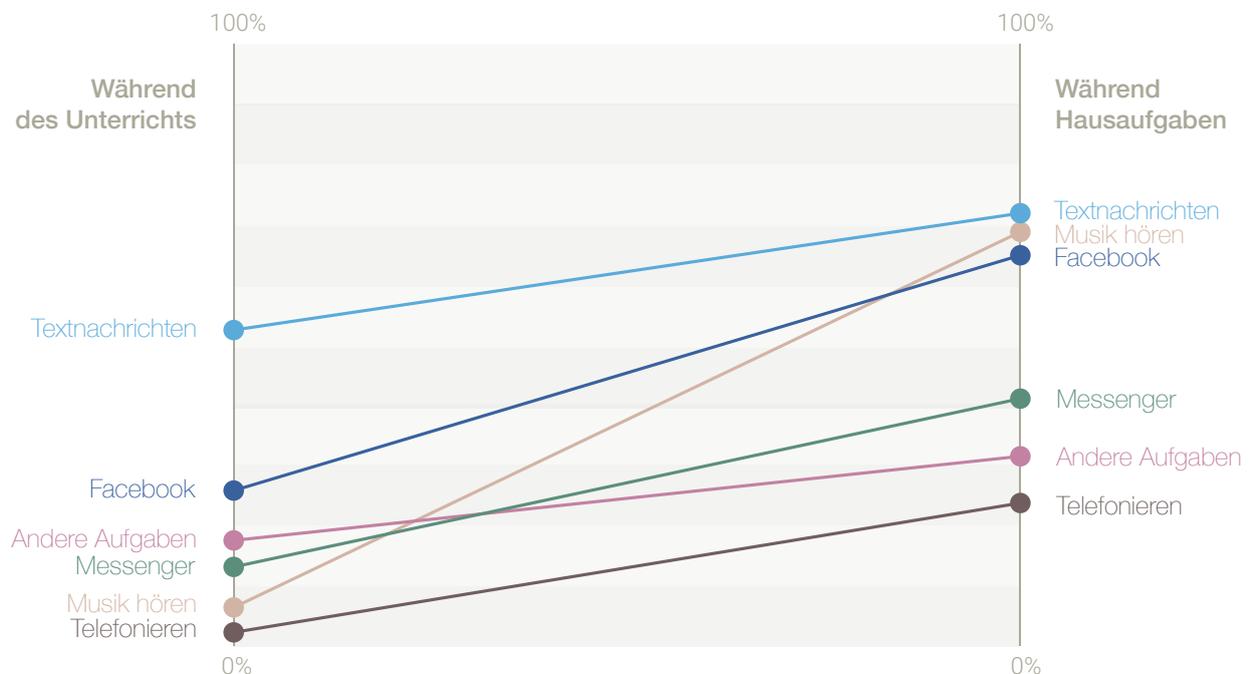


Bei Jugendlichen ist das digitale Multitasking fast schon die Regel. Nicht nur in der Freizeit, sondern auch während der Schule nimmt es zu. Tatsächlich beherrschen nur 2% der Menschen Multitasking, 98% sind damit überfordert. ^[1]

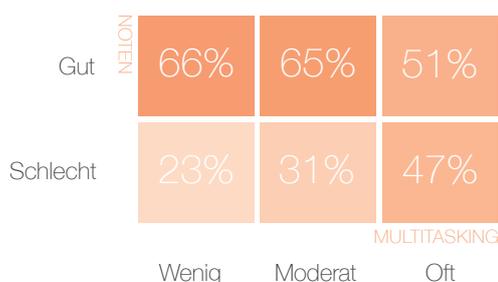
Multitasking-Aktivitäten in der Schule und zu Hause

Während des Unterrichts und der Hausaufgaben werden viele andere Aktivitäten ausgeübt. Die beliebteste Nebenbeschäftigung ist das Versenden von Textnachrichten, gefolgt von

„Facebook“-Kommunikation.^[2] Dabei hat sich herausgestellt, dass der Notendurchschnitt von SchülerInnen, die „Facebook“ oft parallel nutzen negativ beeinträchtigt wird.^[3]



Schlechter Einfluss von Multitasking auf Schulnoten



Häufiges Media Multitasking hat nicht nur einen Einfluss auf Noten, sondern auch die Merkfähigkeit wird beeinträchtigt.^[4] Das hat eine Studie ergeben, bei der zwei Gruppen von Studierenden einen Unterricht mit anschließendem Test hatte. Dabei durfte eine den Laptop verwenden, die andere nicht.

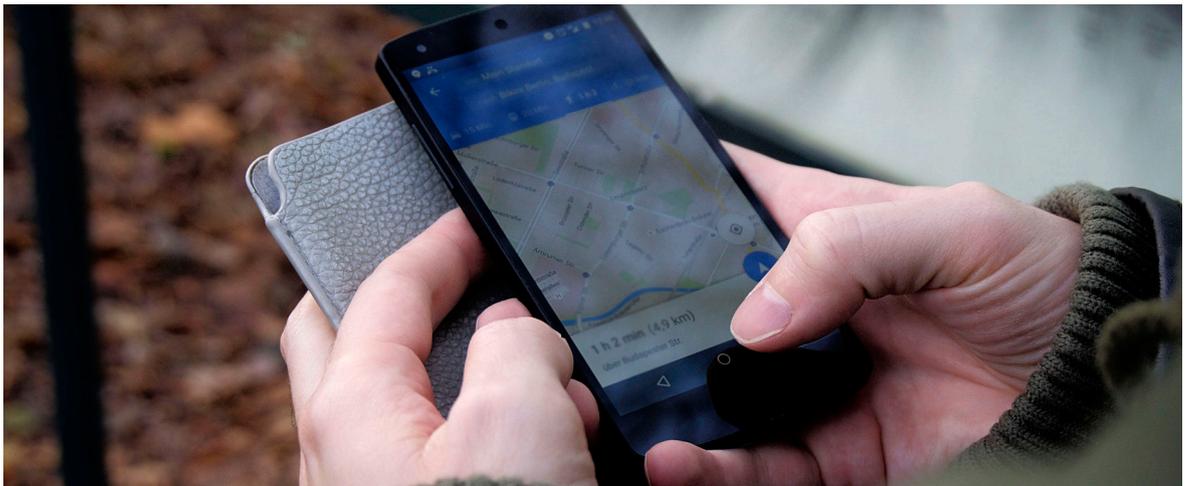
Grafik: Raphael Vörösmarty

[1] Churchland P. S. (2011). Braintrust: What Neuroscience Tells Us about Morality. Princeton University.

[2] Rideout V.J., Foehr U. G., Roberts D. F. (2010). GENERATION M2 Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds. Henry J. Kaiser Family Foundation, Menlo Park, California.

[3] Junco R. (2012). Too much face and not enough books. Computers in Human Behavior, Vol. 28(1), 187-198.

[4] Hembrooke H., Gay G. (2003). The Laptop and the Lecture: The Effects of Multitasking in Learning Environments. Journal of Computing in Higher Education, Vol. 15(1), 46-64.



Quelle: pexels

Digital Literacy von Geflüchteten

SUMO geht der Frage nach, wie die Social Media-Nutzung während und nach der Flucht aussieht. Welche Informationen werden gesucht und welche fehlen nach Ankunft im Zielland gänzlich?

Im vergangenen Jahr gingen Bilder von Geflüchteten um die Welt. Menschen, die mit Hilfe von Booten, Zügen und auch zu Fuß nach Europa unterwegs waren, prägten sich in das kollektive Gedächtnis. Die Flucht war für viele oft die einzige Möglichkeit, dem Krieg in ihrer Heimat zu entkommen und zu überleben. Nur das Nötigste konnte mitgenommen werden, weshalb alles Hab und Gut auf wenige tragbare Taschen reduziert werden musste. Immer mit dabei war das Smartphone, diente es doch nicht nur als Schnittstelle zwischen verlassener und neuer Heimat, sondern auch als überlebensnotwendige Informationsquelle. Unter dem Begriff „Digital Literacy“ wird die Fähigkeit verstanden, Informationen, Kommunikationsmittel oder Netzwerke in digitaler Form zu finden, nach Relevanz zu bewerten, zu benutzen und schließlich selber damit Informationen bereitzustellen. Auf der Flucht werden diese Informationen meistens über soziale Netzwerke wie „Facebook“ und Co. rezipiert.

Die Bedeutung von Smartphones

Mohammad Khalefeh geht in einem „Welt“-Interview sogar so weit zu behaupten, das Smartphone wäre für ihn neben Wasser das Wichtigste während der Flucht gewesen. Der Pass war im Vergleich zweitrangig.

Das Smartphone ist für viele ein ständiger Begleiter, der alles über einen weiß – enthält es doch alle Kontaktdaten von Familie und FreundInnen. Auch ist es funktional unentbehrlich: Man kann schließlich nicht nur damit telefonieren und fotografieren, sich aber auch an unbekanntem Orten mittels GPS und „Google Maps“ orientieren. Vor allem auf der Flucht ist Letzteres oft entscheidend dafür, ob die Flucht tatsächlich gelingt und ein sicheres Ankommen im Zielland möglich ist oder eben nicht.

Zakarya Ibrahim kam vor zwei Jahren nach Wien und als freier Journalist für das Wiener Stadtmagazin „Das Biber“ und „Vice“ tätig. Er floh mit drei anderen vor dem Krieg in Syrien. Um nicht aufzufallen, waren sie vor allem nachts unterwegs – unterstützt vom GPS auf den Smartphones und „Google Maps“. „Als ich unterwegs war, bekam ich meine Informationen von „Google“ und „Facebook“. Karten, die mir den Weg anzeigten, waren vor allem sehr wichtig“, erinnert er sich.

Auch Nermin Ismail weiß um die Bedeutung des Smartphones auf der Flucht. Als österreichische Journalistin mit Arabisch als Muttersprache war sie monatelang in den Krisenherden der Flüchtlingspolitik unterwegs, wo sie auch als Dolmetscherin unterstützte. Sie erzählt

von den vielen Verteilern an den Bahnhöfen in Wien, wo Unzählige sich in einer langen Schlange anstellten, um ihre Handys aufzuladen. „Auch an den Grenzen war oft die erste Frage: Wo kann ich mein Handy aufladen? Wo gibt es eine Sim-Karte? Das Smartphone ist wichtig, weil es Kommunikationsmittel Nummer eins ist“, hält sie fest.

Soziale Netzwerke

Über Social Media kann man sich zudem mit anderen vernetzen und von deren digitalen Informationen profitieren. Menschen, die ebenso auf der Flucht sind, tauschen sich hier über die besten Routen aus oder darüber, wie viel Geld sie benötigen würden, um ein bestimmtes Land erreichen zu können. Während dank „Google“ der Weg ermittelt wurde, halfen Ibrahim die Informationen auf „Facebook“ den besten und sichersten auszuwählen. Andere Geflüchtete posteten hier nämlich jene Routen, welche nicht nur leer, sondern auch sicher vor Behörden oder DiebInnen waren. „Wenn die Polizei beispielsweise mitbekam, dass viele über eine bestimmte Route kamen, wurde diese gesperrt. So ergaben sich andere Wege, die in den ‚Facebook‘-Gruppen kommuniziert wurden. Auch alle Land- und Straßenkarten konnten hier abgerufen werden. Viele gaben an, wo sie sind und teilten anderen mit, wie auch sie am besten dort hinkommen können.“

Nicht nur die Geflüchteten, sondern auch SchlepperInnen nutzen diese Art der Kommunikation, um potentielle KundInnen anzuwerben. „Als ich in Griechenland war, gab es ‚Facebook‘-Gruppen, in denen SchlepperInnen ihre Angebote posteten und die Flucht organisiert wurde“, erzählt Ibrahim. Auch die Journalistin Ismail hat ähnliche Erfahrungen gemacht. In den „Facebook“-Gruppen würden nicht nur Empfehlungen für gewisse Wege weitergegeben werden, sondern auch vor SchlepperInnen gewarnt, die die Menschen ausbeuten oder missbrauchen wollen. Diese nutzen teilweise auch das mangelnde Wissen von afghanischen Geflüchteten über die europäische Kultur und Gesetze und versuchen so, Interessierte mit Beschreibungen wie „zu hundert Prozent legale Dienste“ und damit, dass die Reise nach Eu-

ropa „leicht“ sei, zu beeinflussen. Diese Beobachtung machten UNHCR-MitarbeiterInnen im Zuge einer monatelangen Recherche in den sozialen Netzwerken.

Angekommen

Nach der Ankunft im Zielland ändert sich die Nutzung von sozialen Netzwerken. Zählten auf dem Weg dorthin eher Informationen, welche diesen erleichtern bzw. die Ankunft ermöglichen, steht nun der Kontakt in die ferne Heimat im Vordergrund. Ismails persönliches iPhone wurde auch für viele Telefonate zwischen Neuankommenden und deren Familienmitgliedern in der zurückgelassenen Heimat genutzt, erin-



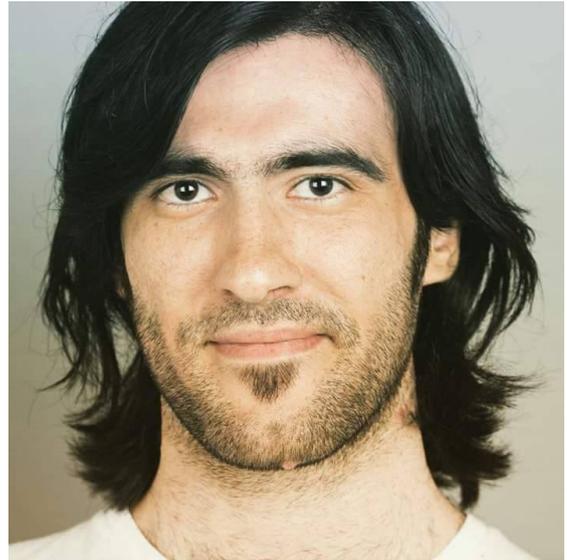
Nermin Ismail / Quelle: Luiza Puiu

nert sie sich zurück. Zu den wichtigsten Kommunikationsmitteln zählen neben „Facebook“ die Apps „WhatsApp“, „Telegram“ und „Viber“. Laut Ibrahim interessiert man sich nach der Ankunft für die Gesetze in Österreich oder für Apps, die den Spracherwerb ermöglichen. Er selbst habe viele davon genutzt und tue es immer noch. Die App „Der die das“ helfe ihm beispielsweise, den richtigen Artikel für ein Wort zu ermitteln. Mit „Deutsch Verben“ konjugiert er solche in allen Zeitformen. Nach der Ankunft habe er vor allem so die Sprache gelernt. „Facebook“ nutze er heute vor allem we-

gen der Gruppen, in denen zugezogene Syrer in Österreich miteinander kommunizieren. In „Das syrische Zu Hause in Österreich“ (Name wurde übersetzt) wird alles Mögliche gepostet: Man kommuniziert über die Situation in Aleppo, Demonstrationen oder über neue Gesetze, welche Geflüchtete betreffen. Tatsächlich gibt es mehrere solcher Gruppen – eine weitere, „Syrer in Österreich“ (Name wurde übersetzt) hat 32.000 Mitglieder. In anderen werden auch Gebrauchtgegenstände angeboten und verkauft oder Wohnungen- und Zimmer gesucht oder angeboten – ähnlich wie auf „willhaben.at“. Es handelt sich bei allen um geschlossene Gruppen, deren Mitgliederzahl sich ungefähr auf 30.000 beläuft. Ismail weiß, dass in diesen Gruppen auch darüber gesprochen wird, „inwiefern man sich anpassen muss und wie die Religion in einer mehrheitlich nicht-muslimischen Gesellschaft ausgelebt werden darf“. Ibrahim merkt an, dass es keine österreichischen Gruppen gäbe, die eine Kommunikation und den Austausch mit anderen Geflüchteten ermöglichen, weshalb diese in der Regel von Syrern selbst gegründet werden. Auch wenn es sie gäbe, würden viele wenig bis nichts verstehen, da sie geringe Sprachkenntnisse hätten. Ein Beitrag in einer der Gruppen scheint dies zu bestätigen. Ein Mitglied postet zwei Fotos: eines zeigt eine Packung Süßigkeiten, das andere die enthaltenen Zutaten. Darüber wird gefragt, ob darin Schweinefleisch sei. In den Kommentaren wird er darauf hingewiesen, dass das Produkt „Schweinegelatine“ enthält.

Mangelnde Integration via Medien

„Menschen, die seit einem oder zwei Jahren in Österreich leben, haben nicht oft gleich die Möglichkeit, die Sprache zu erlernen. In den Gruppen wird deshalb ausschließlich auf Arabisch kommuniziert“, sagt Ibrahim. Gäbe es zweisprachige Portale, Websites oder Gruppen, so würden diese bestimmt genutzt werden, ist er sich sicher. Allerdings gibt es diese nicht. Er sei beispielsweise sehr daran interessiert, Nachrichten über Österreich auf Arabisch zu rezipieren: zu erfahren, was im Parlament passiert, welche neuen Gesetze es gibt, oder Neuigkeiten über die Situation der Geflüchteten zu erhalten.



Ibrahim Zakarya/ Quelle: Ibrahim Zakarya

Tatsächlich gibt es in Österreich kaum zweisprachige Portale in Deutsch-Arabisch. Arabischsprachige Medien wie Apps oder Lernhefte dienen eher dem Spracherwerb, aber nicht der Integration von Geflüchteten. Angebote wie „refugee.tv“ – ein Online-Sender, der von Flüchtlingen und einem deutsch-österreichischen Filmteam gestaltet wird, sind eher eine Ausnahme als die Regel. Zeigen sie auch, dass solche Projekte von Privatpersonen ins Leben gerufen werden, als vom Staat. Informationen für die vor allem anfangs benötigte Orientierung im Ankunftsland werden somit kaum zu Verfügung gestellt.

In Deutschland hingegen sieht es anders aus. Dort gibt es eine Reihe von Medien, die Zugezogenen die deutsche Kultur, die Situation von Geflüchteten oder deutsche Gesetze näherbringen wollen. „Shabab-Talk“ heißt die arabischsprachige Talksendung der „Deutschen Welle“, im WDR-Programm „Refugee Radio“ wird über Geflüchtete in Deutschland berichtet und sogar die „Tagesschau“ des ARD-, bietet eine tägliche 100-sekündige Zusammenfassung der Nachrichten in arabischer Sprache an. Dies sind bloß einige von vielen integrativen Maßnahmen, welche in dieser Form in Österreich nicht existieren. Deutsche Medien zeigen auch auf, was in Deutschland erlaubt und verboten ist. Dies geschieht aber teilweise auf sehr verstörende Art und Weise, sagt Ibrahim. Womit ein neuer Punkt thematisiert werden muss.

Vorurteile und Kulturschocks

Gezeigt wird mir ein Video, in dem Geflüchteten zuerst auf Deutsch und dann Arabisch erklärt wird, dass sie in Deutschland die Straße bei grünem Licht zu überqueren haben und bei rotem anhalten müssen. „Was soll das? Denken sie, wir wüssten nicht, wie man Straßen überquert? Ich finde, mit diesem Verhalten begehen viele einen großen Fehler, denn die meisten Geflüchteten empfinden dies als Beleidigung“, sagt Ibrahim. Und tatsächlich wirkt dieses Video eher verstörend als erleuchtend und wirft einige Fragen auf. Glauben die Macher des Videos von „WDRforyou.de“ etwa, es gäbe keine Straßen mit Ampeln in Syrien? Die gab es vor dem Krieg überall, übrigens auch Strom und Gas. Es entsteht der Eindruck, dass Geflüchtete „Höhlenmenschen“ seien, die in Europa lernen müssten, wie man Straßen überquert oder dass man Frauen nicht sexuell belästigen darf.

Wie in dem Video des Grazer FPÖ-Politikers Sippel, der den „sehr geehrten Herrn Asylanten“ mithilfe einer Schaufensterpuppe erklärt, wie man sich Frauen gegenüber zu verhalten hat. Immer wieder liest man auch Beiträge auf „Facebook“, in denen sich UserInnen beschweren, dass Geflüchtete doch mit einem Smartphone nach Österreich kommen und hier dann Kost und Logis auf Kosten des Staates erhalten. Vielen scheint dabei offensichtlich entgangen zu sein, dass es sich hierbei um Menschen – wie wir handelt – die vor dem Krieg ein normales Leben führen konnten, wozu selbstverständlich für viele auch ein Handy gehört. Ibrahim ist nicht zufrieden mit den Medien und deren Darstellung von Geflüchteten. Er versuche das Bild, welches von ihnen existiere, positiv zu verändern, was schwierig sei.

Aus dem Bericht von UNHCR geht hervor, dass in den sozialen Medien der Anstieg von rechtspopulistischen Parteien in Europa und der damit verbundene Rassismus diskutiert werden. Um die Wahrnehmung von Geflüchteten zu ändern, schlugen viele von ihnen sogar vor, freiwillig Straßen zu reinigen oder andere Hilfsarbeiten zu leisten.

Kulturschocks erleben auch einige der Geflüchteten in der neuen Heimat. So wundern sich einige darüber, wenn sie küssenden muslimischen Pärchen auf der Straße begegnen. Auch

über die Leichtfertigkeit von Scheidungen in Europa oder die Flucht vor gewalttätigen Ehemännern ins Frauenhaus staunen einige. Über Kulturschocks schrieb auch Ibrahim einen Artikel in „Das Biber“ mit dem Titel „Kulturschock: 5 Unterschiede zwischen Syrien und Österreich“. Darin beschreibt er u.a., dass es in Syrien üblich sei, auch Männern zur Begrüßung drei Küsse auf die Wange zu geben. Tat er dies in Österreich, zweifelten viele an seiner sexuellen Orientierung. Nun begrüßt er sie nur noch per Handschlag.

Die Lösung

Ibrahim wünsche sich mehr zweisprachige Angebote – Gruppen, Websites (z.B. AMS) und Nachrichten. Neu Zugezogene kennen die Gesetze hierzulande nicht, weshalb diese auch in der Sprache zugänglich sein sollten, die sie verstehen. Weil dies nicht der Fall ist, würden viele Probleme und Verwirrungen entstehen. Schließlich kommen viele ohne Geld in den Taschen, nachdem sie das Meiste schon für die Flucht ausgegeben haben. Sie seien auf der Suche nach einer Unterkunft und einer Arbeit, aber aber es fehlt ihnen die Orientierung. „Es gibt niemanden, der einem hierbei hilft und sagt, wie was getan werden muss“, hält er fest. Vor allem in den sozialen Netzwerken können neue Erkenntnisse über die Probleme und Hindernisse der Geflüchteten im Ankunftsland gewonnen werden, betont auch UNHCR. Leider wird hierauf allerdings kaum eingegangen. Derzeitige politmediale ProtagonistInnen fordern hierzulande zunehmend die Integration von Zugezogenen – stellt sich aber doch die Frage, wie diese gelingen soll, wenn das nötige Medienangebot hierfür kaum existiert. Fazit: Integrative Maßnahmen kommen viel zu kurz.



Emira Abidi



Quelle: Davina Brunnbauer

Politische Bildung von Lehrlingen

Wie kommen Lehrlinge zu ihrer politischen Meinung und welche Rolle spielen Medien dabei? Im SUMO-Gespräch: Hermann Niklas von Sapere Aude, Sumit Kumar, ÖGB-Jugendsekretär, und Bernhard Heinzlmaier, Jugendkulturforscher.

Seit einigen Jahren zieht sich in Österreich ein Trennstrich durch das Wahlvolk: die Bildung. Befragungen und Wählerstromanalysen zeigen, dass BürgerInnen mit geringerer Bildung eher rechts wählen, während höher Gebildete eher links wählen. Insbesondere junge, männliche Lehrlinge seien rechten Kernwähler. Von der politisch andersdenkenden Seite hört man oft den Vorwurf, dass bildungsferne bzw. weniger gebildete Menschen besonders anfällig seien für Populismus. Aber ist das so? Wie werden Jugendliche überhaupt auf Politik und Wahlen vorbereitet und verfügen sie über das Rüstzeug, um politische Entscheidungen zu treffen?

Lehrlinge als vergessene Bevölkerungsgruppe

Bernhard Heinzlmaier, Gründer und Vorsitzender des Instituts für Jugendkulturforschung in Wien, hat 2015 die erste österreichische Lehrlingsstudie veröffentlicht und sich auch dem Thema Jugend und Politik ausführlich gewidmet. Für ihn ist die Tendenz der Lehrlinge zu rechtspopulistischen Parteien und Kandidaten keine Überraschung. „Den Lehrlingen mangelt es an Wertschätzung. Sie werden das Gefühl nicht los, dass sie vom politischen Establishment, das sich in erster Linie mit der Zu-

kunft der höheren Bildungsgänge beschäftigt, links liegen gelassen werden.“

Dieses Gefühl schlägt sich auch in den Ergebnissen der österreichischen Lehrlingsstudie von 2015 nieder: So stimmen fast 60% der befragten Lehrlinge der Aussage zu, dass sich die Politik nur um die Anliegen der Studierenden und MaturantInnen kümmert, nicht aber um ihre. Außerdem fühlen sich über 50% auch im Alltag von der Gesellschaft viel weniger respektiert, als sie es beispielsweise bei MaturantInnen beobachten. Dieser Anerkennungsmissstand führe zu einer „passiven Rebellion gegen das System“. Heinzlmaier stellt fest, dass das Votum für rechtspopulistische Parteien und Kandidaten, wie zuletzt Norbert Hofer bei der Bundespräsidentenwahl, nicht alleine auf politischer Überzeugung beruht, sondern weil es vielen Lehrlingen an Aufklärung und Orientierung fehlt. Auch bei der politischen Bildung würden Lehrlinge vernachlässigt.

Politische Bildung ist mangelhaft

Laut dem Bildungsministerium ist das Fach Politische Bildung im Lehrplan der Berufsschulen als Pflichtgegenstand mit einem Gesamtausmaß von 80 Stunden vorgesehen. Beschrieben wird dies als fächerübergreifende Bildungsaufgabe.

Der österreichischen Gewerkschaftsjugend ist das zu wenig, sie kämpft für mehr.

Sumit Kumar, Wiener Jugendsekretär des österreichischen Gewerkschaftsbundes, erklärt, dass Politische Bildung in Berufsschulen meist nur im ersten Jahr gelehrt wird und danach nur noch als freiwilliges Zusatzangebot verfügbar ist. Deshalb plädiert er für drei verpflichtende Jahre, um Lehrlingen ein grundlegendes Wissen über die Politik in Österreich zu verschaffen. Das ist ihm ein sehr großes Anliegen, da er eng mit

Sumit Kumar / Quelle: David Bohmann



Lehrlingen zusammenarbeitet und sieht, dass viele junge Leute nicht wissen, was Politik ist und wo Politik überall präsent ist.

Angesichts des Wahlrechts ab 16 Jahren eine berechtigte Sorge: „Lehrlinge sind nicht politikverdrossen. Sie haben leider nur das Gefühl nicht vertreten zu werden“, meint Kumar. Ein Mehr an politischer Bildung in Berufsschulen verhindere bis dato die Kostenfrage, außerdem der stringente Fokus auf Berufsausbildung.

Um den Lehrlingen einen neutralen Überblick über die politischen Parteien Österreichs zu verschaffen, hat Sumit Kumar und sein Team, beispielsweise bei den letzten Gemeinderats-

wahlen, jeweils einen Vertreter der Parteien Fragen beantworten lassen und die Antworten dann den Berufsschulen zur Verfügung gestellt.

Politische Bildung abseits der Schulen

Mit Initiativen, wie dem Lehrlingsparlament, will beispielsweise Nationalratspräsidentin Doris Bures Lehrlinge für Politik begeistern. Im Rahmen eines zweitägigen Projekts können Lehrlinge im Parlament Platz nehmen und selbst in die Rolle der Abgeordneten schlüpfen, um Politik auch in der Praxis kennen zu lernen. Handlungsbedarf bei politischer Bildungsarbeit sieht auch Sapere Aude, ein niederösterreichischer Verein zur Förderung der Politischen Bildung.

Hermann Niklas, Workshop-Leiter und Vorstandsmitglied des Vereins, erklärt, dass ursprünglich die Wahlalterssenkung auf 16 Jahre der Ausgangspunkt war, weil man dafür auch ein adäquates Bildungsangebot schaffen wollte. Das Sapere Aude-Team hat daher eine Workshop-Reihe gegründet, bei denen mit Jugendlichen, aber auch mit Erwachsenen besprochen wird, was Politik eigentlich mit ihrem Leben zu tun hat und wie sie sich beteiligen können. Dabei ist die oberste Regel ergebnisoffen und überparteiisch zu sein.

„Das Ziel ist es, einen geschützten Raum zum Diskutieren und Lernen über Politik zu schaffen“, so Niklas. Dabei wird auf einen sehr egalitären Zugang gesetzt. „Das Besondere an unseren Workshops ist, dass wir immer mit denselben Methoden arbeiten – egal ob im Gefängnis oder in der Volksschule. Das gefällt den Schülern natürlich, wenn man ihnen sagt, wir machen mit den Inhaftierten das Gleiche wie mit ihnen.“

Insbesondere bei Vorträgen vor bildungsferneren Schichten dauert es lange, den TeilnehmerInnen zu vermitteln, was Politik überhaupt mit ihnen zu tun hat. Es mache bei dieser Zielgruppe wenig Sinn, zu erklären, wie das Parlament funktioniert oder ein Gesetz zustande kommt, stattdessen werden die Jugendlichen zu einem durchaus vergnüglichen Planspiel animiert.

Es soll ein Meinungsaustausch angeregt werden, um Jugendlichen zu inspirieren, um sie zu einer

Lebensgestaltung innerhalb der Gesellschaft zu inspirieren.

Eine Tendenz zu rechten Meinungen und Parteien kann Niklas nicht grundsätzlich erkennen, auch Politikverdrossenheit hält er nicht alleine für ein Jugendproblem. Vielmehr dass sie nicht wissen, an wen sie sich wenden können, wenn sie etwas stört. „Und dann gibt es PolitikerInnen wie beispielsweise Heinz-Christian Strache, die ihnen das Gefühl geben, dass auch ihre Sorgen ernst genommen werden“, erklärt Niklas.

Auf die Frage ob er das Gefühl hat, dass seine Kurse und Workshops auch tatsächlich etwas

Niklas Hermann / Quelle: Davina Brunnbauer



bei den Lehrlingen bewirken, gibt sich Niklas optimistisch. Durch die spielerischen Methoden würden viele dazu angeregt, über Politik und ihre eigene Rolle in der Demokratie nachzudenken. „Auch wenn ich eine schwierige Gruppe hatte und man es beim Rausgehen nicht gleich merkt, bin ich mir sicher, dass ich

etwas dort gelassen habe, was noch nachwirkt.“

Soziale Medien als Grundlage der politischen Meinungsbildung

Eine Einschätzung, die von allen drei Gesprächspartnern geteilt wird, ist jene, dass heutzutage Soziale Medien einen sehr starken Einfluss auf die Meinungsbildung haben, auch in politischen Fragen. Hermann Niklas geht so weit, es als die einzige Informationsquelle zu bezeichnen. Als problematisch betrachtet er dabei die Entwicklung, dass dadurch nur noch Informationen rezipiert werden, die selbst ausgewählt wurden. Dies kann schlimmstenfalls zu einer Radikalisierungs- und Gewaltspirale führen, die ohne Reflexion auskommt.

Auch Sumit Kumar sieht dies ähnlich und fordert, dass auf Social Media-Kanälen mehr Aufklärungsarbeit von PolitikerInnen geleistet wird. Oftmals werden Postings auf „Facebook“ geteilt, ohne zu hinterfragen, ob diese Informationen überhaupt der Wahrheit entsprechen. Teilweise wird sogar die Satireseite „Die Tagespresse“ als ernsthafte Informationsquelle herangezogen. Neben „Facebook“ & Co. werden auch Gratiszeitungen, wie „Heute“ und „Österreich“, für die politische Meinungsbildung genutzt. Niklas merkt an, dass klassische Medien tatsächlich stark an Bedeutung bei Lehrlingen, und Jugendlichen generell verlieren und auch, dass das Wissen über die Aufbereitung von Zeitungen und die Abgrenzung verschiedener Textsorten kaum mehr vorhanden ist. Bei Sapere Aude versucht man daher, auch Medienkompetenz zu vermitteln und für Quellenkritik zu sensibilisieren. Durch die Neuerungen im Bereich der sozialen Medien kommen auch Themen wie Bildinszenierung verstärkt in den Workshops vor. So soll gezeigt werden, wie sich Politik in den Medien propagiert.

Politische Bildung und Medienkompetenz als Säulen der Demokratie

Neue Technologien bringen neue Möglichkeiten, aber auch Risiken. Demokratie lebt von Partizipation, diese bedarf wiederum einer grundsätzlichen Informationsbasis und reflektiertem Denken. Einig sind sich alle, dass politi-

sche Bildung weiterhin gefördert werden muss, auch mit Bezugnahme auf soziale Medien und klassische Medienkompetenz.

Eine Studie des Zentrums für Politische Bildung an der Pädagogischen Hochschule Wien erhob kürzlich über eine Befragung von 700 Lehrlingen, dass knapp die Hälfte sich einen "starken Mann" an der Spitze des Staates wünsche. Auch die Autoren dieser Studie sehen den Schlüssel gegen juvenilen Autoritarismus und geringes Demokratieverständnis laut "derStandard" in der Partizipation.



Sophie Wastl



Davina Brunnbauer

PLANEN. BAUEN. WOHLFÜHLEN.

3032 Eichgraben, Rodlhofstraße 7

Geförderte Doppelhaushälften

Miete ab EUR 898,-
(inklusive Betriebskosten und Steuern)

- 4-Zimmer-Häuser ca. 120 m²
- Niedrigenergiestandard (EKZ Ø 25,25 kWh/m² a)
- Vollwärmeschutzfassade
- Photovoltaikanlage
- Komplettunterkellerung
- schöne Mietergärten
- großzügige Terrassen
- hochwertige Ausstattung

Symbolbild, Änderungen vorbehalten. Visualisierung: www.schreinerkastler.at

ARTHUR
KRUPP

Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft
Arthur Krupp Ges.m.b.H.

Ein Unternehmen der Firmengruppe „Wien-Süd“.

Infos: GEWOG Arthur Krupp Ges.m.b.H.
2560 Berndorf, Neugasse 11, Frau Petra Zwölfer
E-Mail: p.zwoelfer@wiensued.at

www.wiensued.at

02672 82340-2015



Quelle: pixabay / Gerd Altmann

Darknet: Hort des Verbrechens?

Drogen, Waffen, Hacking, Anonymität: Wie gefährlich ist das Darknet für Gesellschaft und NutzerInnen? Leopold Löschl, Leiter des Cybercrime Competence Center im Bundeskriminalamt, und Konrad Becker, Web-Aktivist erster Stunde, klären auf.

Es braucht nicht viel, um ins Darknet zu gelangen: ein internetfähiger Computer und eine „Peer to Peer“-Verbindung. Bei dieser Art der Kommunikation sind alle teilnehmenden Computer gleichberechtigt. Das heißt, sie können sowohl Dienste in Anspruch nehmen, als auch zur Verfügung stellen. Die „Peer to Peer“-Verbindung kann zum Beispiel mittels TOR-Browser erreicht werden. Er stellt allerdings nur eine Möglichkeit von mehreren dar, ins Darknet zu gelangen. Auch „Teals“ oder „I2P“ ermöglichen den Zugang zum Darknet. Der TOR-Browser kann auf der Website „torproject.org“ heruntergeladen werden. Dort wird man gleich mit den Worten „say no to tracking and spying“ konfrontiert. „Tracking and spying“ sind zwei Schlüsselbegriffe, die im sogenannten „Clear Web“, dem allgemein zugänglichen Internet, Faktoren für die Einschränkung der Privatsphäre sind.

BloggerInnen oder JournalistInnen aus Krisengebieten bzw. Menschen aus Ländern ohne Presse- und Meinungsfreiheit nutzen das Darknet für eine anonyme Kommunikation. Denn durch die „Peer-to-Peer“-Verbindung wird,

statt eines direkten Datenabrufs von einem Server, man selbst zu Sender und Empfänger. Somit ist es sehr schwierig, jemanden zu identifizieren oder zurückzuverfolgen.

Das macht das Darknet aber nicht nur für Whistleblower oder DissidentInnen interessant. TerroristInnen, HackerInnen oder DealerInnen nutzen die Anonymisierungstechnik, um im Untergrund zu bleiben.

Ist der TOR-Browser einmal geöffnet, kann man nicht einfach über eine Suchmaschine wie „Google“ nach Inhalten suchen. An dieser Stelle hilft das sogenannte „Hidden Wiki“, das dunkle Pendant zu „Wikipedia“. Aufgrund der „Peer-to-Peer“-Verbindung wird man jedoch in Geschwindigkeiten des Internet aus dem letzten Jahrhundert zurückversetzt. Um real etwas bestellen zu können, muss man sich allerdings beim jeweiligen schwarzen Marktplatz registrieren.

Das Darknet als Marktplatz und Verbrechensservice

Laut Leopold Löschl vom Cybercrime Competence Center im Bundeskriminalamt gibt es im

Darknet einen etablierten Wirtschaftsbereich, die „Underground Economy“. Angeboten werden hier nicht nur Drogen oder Waffen, sondern auch Dienstleistungen.

Ein Beispiel hierfür ist die sogenannte „Ransomware“. Das ist eine Schadsoftware, die über das Anklicken eines Links oder Anhangs auf den Computer heruntergeladen wird. Die Folge ist, dass alle Daten verschlüsselt werden und ein Zugriff nicht mehr möglich ist, bis ein Lösegeld von ein bis fünf Bitcoins – das sind umgerechnet ungefähr 700 bis 3500 Euro – an den Angreifer bezahlt wird. Das Lösegeld ist im Vergleich zum potentiellen Verlust des Unternehmens bei einem Stillstand gering. Diese Schadsoftware stellt derzeit das größte Problem bei der Bekämpfung von Internetkriminalität in Österreich dar. „Hier geht es nicht um Hacking, sondern Crime as a Service“, betont Löschl.

Die Gefahr dieser Entwicklung besteht darin, dass kein technisches Know-how mehr nötig ist, um zum Beispiel in ein fremdes IT-Netzwerk einzudringen und unbefugt Daten auszulesen.

Auf diesem Weg können auch ganze Server lahmgelegt oder die Kontrolle über fremde Computer übernommen werden. Löschl warnt davor, die Anonymisierungstechnik für kriminelle Handlungen auszunutzen, denn aufgrund internationaler Ermittlungen besteht sehr wohl ein Risiko ausgeforscht zu werden.

Jedoch gestaltet sich die Spurensuche nach Kriminellen im Internet aufgrund von Peer-to-Peer Verbindungen schwierig, Ermittlungen können bisweilen Jahre dauern.

„Das Internet ist ja bekanntlich kein national begrenzter Tatort“, so Löschl knapp. In den Ermittlungen werden verstärkt Erkenntnisse mit dem europäischen Polizeiamt EUROPOL ausgetauscht. FahnderInnen setzen sich hierbei nicht über die Grenzen der Anonymität hinweg und hacken Verdächtige: Meist unterlaufen den TäterInnen Fehler, die es ermöglichen, ihre Identität festzustellen. Bei der Verbrechensbekämpfung im Internet spielt das sogenannte „Social Engineering“, welches auf bestimmte Verhaltensweisen durch zwischenmenschliche Beeinflussung abzielt, eine wichtige Rolle.

„Weil ich meine Jalousien herunterlasse, heißt das nicht, dass ich kriminell bin.“

Konrad Becker, Leiter des Instituts für neue Kulturtechnologien/t0 in Wien, setzt sich mit Auswirkungen von neuen Technologien auf Kultur und Gesellschaft auseinander. Auch für ihn sind die Systeme, die Zugang zum Darknet bieten angreifbar. Deren Vielzahl, wie unterschiedliche Betriebssysteme und Web-Browser, führt immer wieder zu Schlupflöchern. Laut dem Medienforscher ist auch das „Social Engineering“ entscheidend: „In Hacktivist-Kreisen treten etliche vielleicht mit zu viel Selbstvertrauen in ihre Fähigkeiten auf.“ Beim „Hacktivism“ findet Aktivismus mittels Computer und Computernetzwerken statt. Das Darknet bietet laut Becker allerdings nur die Möglichkeit sich in den Schatten zu stellen.

In der Verbrechensbekämpfung im Darknet, Internet oder auch in der analogen Welt liegt der Fokus im allgemeinen zu stark auf der Bekämpfung von Symptomen oder Effekten. Nach Konrad Becker wäre der richtige Ansatz, die Ursachen zu bekämpfen. Die politische Entwicklung solle nicht die sein, dass man sich um Ursachen nicht kümmern will. Das führe nur zu einem verschärften Einsatz von Überwachungs- und Kontrolltechnologien. Das bedeutet immer schlechtere Politik und immer mehr Kontrolle und Überwachung, so Becker.

Privatsphäre versus Überwachung

Das Darknet ist aufgrund der Anonymisierungstechnik für WhistleblowerInnen oder DissidentInnen ein wichtiger Kanal, um frei von politischer Verfolgung zu kommunizieren. Laut Becker könnte für die Nutzung des Darknets aber auch folgender Grund entscheidend sein: Man möchte sich in eigenen Transaktionen nicht von Unternehmen im Internet verfolgen lassen. Zu Beginn des World Wide Web war es durchaus möglich miteinander zu kommunizieren wie in einem analogen Gespräch, nun sei der Schutz der Privatsphäre auf konventionellen Internetrouthen fast nicht mehr möglich. Obwohl das Internet eine Erfindung für militärische Zwecke war, agierten NutzerInnen damals unter ungeschriebenen Gesetzen und wa-

ren nicht der Kontrolle und Überwachung wie heute ausgesetzt.

Unbeeinflusster Meinungs-austausch ist ein Grundwert für die Demokratie, der zunehmend in Frage gestellt wird, so Becker. Dabei gilt es zu wahren, dass Meinungen nicht technologisch gesteuert oder politisch beziehungsweise wirtschaftlich diktiert werden. Die Menschheit entwickle sich jedoch zunehmend zu einer Kontrollgesellschaft, bestimmt von einer scheinbar von Wirtschaftseinflüssen unabhängigen Industrie der Überwachungs- und Kontrolltechnologien. Jede unserer Transaktionen wird gemessen und vermessen. Das „Internet of Things“ schafft unsichtbare Zugänge und unsichtbare Grenzen und stellt in dieser Hinsicht ein neuartiges Modell der gesellschaftlichen Überwachung und Kontrolle dar. Becker konstatiert, dass eine solche Problematik nur durch die Politik gelöst werden kann.

Auch Löschl erkennt im „Internet of Things“ ein gravierendes Problem: Durch die eingeschränkten Sicherheitsfunktionen wäre sogar ein Mord per Internet möglich, etwa durch mit dem Netz verbundene Geräte wie App-gesteuerte Insulinspritzen oder selbstfahrende Autos. Gefahren durch Internetkriminalität seien jedoch im konventionellen Internet genauso vertreten wie im Darknet. Letzteres stellt mit „Crime as a Service“ eine neue Entwicklung dar, weil kein technisches Know-how mehr nötig ist, um Wirtschaftsspionage oder Angriffe auf Unternehmensnetzwerke auszuüben. In erster Linie führt dies zu einem volkswirtschaftlichen Schaden. Enger gefasst kann auch ein Reputations-schaden entstehen, wenn KundInnen erfahren, dass ihre Daten bei einem Unternehmen nicht sicher aufgehoben sind. Es ist auch denkbar, dass der Zugang zu elektronischen Diensten aller Art eingeschränkt werden könnte. Löschl nennt hier beispielsweise die Benützung von Bankomaten. Zudem stelle „Hacktivism“ eine Gefahr für die politische Stabilität dar.

Kein Verbrechen – sondern Protest

Konrad Becker gründete 1994 die Netzkultur- Institution „Public Netbase“, die dem Kunst- und Kulturbereich eine Plattform für

eine selbstbestimmte Nutzung neuer Medien bot. Zudem regte die Institution mit wiederholten Aktionen in der Öffentlichkeit den Diskurs über die digitalen europäischen Bürgerrechte in Österreich an. Die Angelobung einer schwarz-blauen Regierung anno 2000 gab Anlass eine Vielzahl an regierungskritische Projekte ins Leben zu rufen, den Großteil davon im Internet. Manche Homepages gingen klar von „Public Netbase“ aus, andere wurden verdeckt angemeldet. Darunter gab es auch eine Plattform für GegnerInnen der damaligen Regierung, die als Organisationsmöglichkeit für die hunderten Protestmärsche diente.

Heute konzentriert sich das Institut für neue Kulturtechnologien/t0 durch die 1999 gegründete World-Information Organisation und dem World Information Institute ausschließlich auf Forschung und Vermittlung. Im Vordergrund stehen immer noch die politischen und gesellschaftlichen Integrationen von Technologie, betont Becker.

Fazit

Das Darknet ist illegaler Marktplatz und ein Ort der Anonymität zugleich. Denkt man an den Diskurs über die Privatsphäre im sogenannten „Clear Web“, könnte das Darknet durchaus als Zufluchtsort dienen. Überwachung und Kontrolle werden zunehmend zur Sicherung der bürgerlichen Freiheiten verwendet. Dass dabei die Anonymität und Privatsphäre auf der Strecke bleiben, ist vorprogrammiert. Egal wie sicher ein System ist, in einem sind sich die Experten einig: Das schwächste – und stärkste – Glied ist immer noch der Mensch.



Erik Kornelson



Quelle: pexels

Secret Data und der Whistleblower

Kann man sich nach dem Fall Snowden überhaupt noch trauen, das sogenannte Whistleblowing zu betreiben? Wer hat überhaupt Zugang zu geheimen Daten? Und wie geht man im Anschluss mit diesen um? SUMO hat recherchiert.

Zur rechtlichen wie auch ethischen Situation von Whistleblowing wurde Anthony Mills befragt. Er war jahrelang im Libanon als investigativer Journalist für internationale Fernsehsender wie „CNN“ tätig und an einigen Aufdeckungen beteiligt. Ob er sich damals den Gefahren bewusst war? Alter und Angst seien koexistent: Je jünger man ist, desto weniger Angst habe man. Für ihn sei es zum Glück nie schlecht ausgegangen, für andere schon.

Was ist Whistleblowing?

Whistleblowing ist ein umstrittener Begriff. Der Europa-Rat hat dafür noch keine Definition. Konkret kommt der Begriff vom Englischen „to blow the whistle“, was frei übersetzt „Aufmerksamkeit erzeugen“ bedeutet. Dies kann auch auf einer Mikroebene stattfinden, zum Beispiel in einem kleinen Krankenhaus im ländlichen Gebiet. Für Anthony Mills beruht Whistleblowing auf unerträglichen Missständen, deswegen ist es auch von der Moral des Whistleblowers abhängig. Whistleblowing liegt im Regelfall vor, wenn ein/e DienstnehmerIn gewisse Umstände an einen bestimmten Personenkreis mitteilt. Zu diesem Personenkreis können beispielsweise Vorgesetzte, unternehmensinterne Verant-

wortliche, aber auch bestimmte Behörden oder RechtsberaterInnen gehören.

Im Ausnahmefall wenden sich Whistleblower auch an JournalistInnen, die damit als ihre erste Anlaufstelle dienen.

Wie hängt Whistleblowing mit Leaks zusammen?

Es gibt zwei Arten von Leaks: den strategischen Leak und den Leak eines Whistleblowers. Strategische Leaks werden im Vorhinein von einer Instanz, wie der Regierung oder dem Sicherheitsdienst, bewusst geplant und in Umlauf gebracht, also direkt JournalistInnen zugespielt. Ein Leak von Whistleblowern ist mit dem öffentlichen Interesse einer Information verbunden.

Dieser Unterschied bildet die Grundlage für investigativen Journalismus. Das Wichtigste nach dem Eingang eines vermeintlichen Leaks ist dessen Verifizierung. Das bedeutet, dass dem Ursprung der Informationen vor einer Publikation auf jeden Fall nachgegangen werden sollte.

Zuerst muss die Frage geklärt werden, wer einem die Informationen zugespielt hat und mit welcher Intention.

Antony Mills erklärt, dass die Verifizierung nicht zu hundert Prozent möglich ist. Im Falle von Snowden gab es das Face-to-Face Meeting, welches besonders für die JournalistInnen sehr wichtig war. So konnten sie den vollen Umfang der Daten sichten und ihn über mehrere Tage hinweg abwechselnd interviewen. Durch die Wiederholungen, identen Antworten konnten seine Aussagen schlussendlich verifiziert werden. Im Falle der „Panama Papers“ war das jedoch nicht möglich. Hier ist bis heute der Ursprung des Leaks unbekannt. Die dahinter stehende Person wurde niemals identifiziert. Beschwerft hat sich bis jetzt aber niemand.

Neue Herausforderungen durch den investigativen Journalismus

Das investigative Arbeiten ist keine Begabung, sondern ein Handwerk, das erlernt werden kann. Investigativer Journalismus kann einerseits darin bestehen, tagelang vor dem Computer zu sitzen und zu recherchieren, wie es der

investigative Journalist und Experte für Online-recherchen Boris Kartheuser macht. Andererseits kann es auch bedeuten, sich durch zahlreiche Daten zu wühlen, und hinter Bergen von Papier zu verschwinden. Oder ganz traditionell Interviews mit verschiedensten Quellen zu führen. Als Internet-Detektiv tituliert, verriet Boris Kartheuser kürzlich gegenüber dem Magazin „Der österreichische Journalist“ seine fünf besten Praxistipps für Online-Recherchen: etwa der Nutzung von Operatoren, damit ist die zusätzliche Eingabe von Anführungszeichen, Minuszeichen, etc. in eine Suchmaschine wie „Google“ gemeint, über die Nutzung von diversen Tools wie „Facebook“ Graph Search, mittels derer selbst Personen verfolgt werden können, die sich durch Fake-Profilen neue Identitäten verschaffen. Ein weiterer Tipp ist die Verwendung der „Twitter Geo Location“-Funktion, um Tweets geografisch filtern zu können, beispielsweise um AnsprechpartnerInnen vor

Probieren geht über Studieren

Mit den Features der **INFOSCREEN APP**.

Gratis für:  & 

Die INFOSCREEN App bietet dir das Aktuellste aus News, Sport, Wissen, Tipps, Kultur, Lifestyle und laufend neue Gewinnspiele! So bleibst du immer up to Date!

INFOSCREEN ist das österreichische Digital Out of Home Programm-Medium in U-Bahn, Bus und Straßenbahn und erreicht national 1,4 Millionen smarte Öffi-User*.

INFOSCREEN – Smart Medium. Smart City.

www.infoscreen.at

*lt. MA 2014: NRW|ZG 14+|in den letzten 7 Tagen

INFOSCREEN



Ort ausfindig machen zu können, die eventuell für die Recherche-Arbeit wichtig sein könnten. Die Möglichkeiten dieser Funktionen gehen so weit, dass Kartheuser sogar einen abgetauchten Schweizer Dschihadisten anhand der Verfolgung seiner „Facebook“-Profilwechsel ausfindig machen konnte. Auch die IP-Recherche kann hilfreich sein, um beispielsweise herauszufinden, wer welche Sites angemeldet hat, auch wenn diese schon längst nicht mehr online sind. Was alles möglich ist, offenbart auch sein letzter Tipp: die Durchsuchung von Internet-Archiven. Bekanntlich vergisst das Internet nie und das Bewusstsein dafür, auch in Hinblick auf den Umgang mit persönlichen Daten, kam viel zu spät. Je länger eine Veröffentlichung zurückliegt, desto eher die Wahrscheinlichkeit, dass deren Daten nunmehr als sensibel gelten. Will man nun ein wenig in der Vergangenheit von wichtigen Persönlichkeiten wie PolitikerInnen, UnternehmerInnen oder Stars stöbern, sollte dies nicht allzu schwer fallen. Die „Wayback Machine“ von „archive.org“ bietet die Möglichkeit nach sensiblen Informationen zu graben. In der Suchfunktion von „Google“ fügt man die zu untersuchende Webadresse einfach an den Befehl „cache“ an.

Bevor man aber investigativ tätig wird, das heißt recherchiert oder sich dann auch mit WhistleblowerInnen austauscht, muss sichergestellt werden, dass technische Ressourcen dafür vorhanden sind, Stichwort IT Security. Eine gute Firewall ist Voraussetzung für guten Investigativ-Journalismus. Sensible Daten dürfen niemals über USB-Sticks oder gar mittels Cloud-Systemen ausgetauscht werden. JournalistInnen arbeiten mittlerweile zunehmend mit Hacktivists zusammen. Es gibt zwei Formen dieser Zusammenarbeit: Entweder die JournalistInnen kommen auf Hacktivists zu, um an wichtige Daten für ihre Recherche zu gelangen, zu denen sie selbst keinen Zugang finden, oder der Austausch kommt umgekehrt zustande, indem sich ein Hacker an JournalistInnen wendet, da er interessante Daten erfasst hat, die als geheime Quelle zu kategorisieren sind. Eine dritte Möglichkeit, an geheime Daten zu gelangen, sind bizarrerweise öffentlich zugäng-

liche Daten. Auch darin verbergen sich oftmals ungeahnte Schätze. Unabhängig davon, auf welche Art und Weise man Zugang zu geheimen Daten findet: Die Identität des Leaks muss bewahrt werden. JournalistInnen, die mit geheimen Quellen zu tun haben, müssen auch die Daten der Quelle schützen. Wenn man diesen Anforderungen nachkommen kann, ist zu klären, ob es notwendig ist, diese Informatio-



Quelle: SUMO / Julia Hollitsch, Anthony Mills, Julia Nemetz

nen zu veröffentlichen. Hier geht es also um das öffentliche Interesse, betont Antony Mills im Interview mit SUMO.

Secret Data und der Normalo

Theoretisch haben alle Menschen die Möglichkeit, investigativ an geheime Daten zu kommen. „Normale BürgerInnen“ setzen sich aber selten damit auseinander und stellen keine Anträge an Behörden in diese Richtung. Der bürokratische Aufwand rechnet sich für sie nicht, da die Antragsstellung sich sehr kompliziert gestaltet und dafür sogar AnwältInnen von Nöten sind. Regierungen in Demokratien sind jedoch zumeist verpflichtet, gewisse Daten öffentlich bereitzustellen, weshalb auch immer wieder die Debatte um das Informationsfreiheitsgesetzes entfacht.

Ethische und rechtliche Aspekte

In erster Linie sind folgende ethische und auch rechtliche Aspekte zu beachten: Wenn man als



Quelle: pexels

JournalistIn Daten zugespielt bekommt, ist es wichtig, die Identität der unbeteiligten Dritten und deren persönliche Daten zu schützen. Zudem gibt es in Österreich auch Gesetze, die es verbieten, geheime Informationen publik zu machen. Als JournalistIn hat man in der Hinsicht eine große Verantwortung im Sinne des Personenschutzrechtes, auch gegenüber den Whistleblowern. Als Höchststrafe in Österreich droht jenen das Gefängnis. Dazu müssen JournalistInnen aber auch bedenken, dass sie selbst keinen adäquaten Schutz erwarten können, wenn es um verdeckte Ermittlungen geht. Diese Art von Ermittlungen können in Österreich nur gerechtfertigt werden, wenn es um das öffentliche Interesse geht, was vor Gericht bewiesen werden muss. Whistleblowing darf zudem niemals ausgenutzt werden, um bestimmte Personen zu diffamieren. In solchen Fällen haben jene Personen das Recht, sich zu verteidigen. Aufpassen muss man ebenfalls bei zugespielten Leaks, dabei kann es sich um die erwähnten strategischen Leaks handeln oder um Leaks, die mit organisierter Kriminalität zu tun haben. Und schlussendlich zählt immer die Wahrheit, das höchste Gut des nicht nur investigativen Journalismus.

Folgen einer Veröffentlichung

Wenn es tatsächlich zur Veröffentlichung eines

Leaks kommt, kann mit einigen Folgen gerechnet werden. Whistleblower, aber auch solche als Quelle verwendende JournalistInnen riskieren ihren Job, wenn sich herausstellt, dass die publizierten Daten falsch sind. Zudem können die beteiligten Personen verhaftet werden und im schlimmsten Fall kommt es zu einer Gefängnisstrafe. Vor diesen Folgen kann man sich jedoch schützen, indem man gut recherchiert, die Daten und die Whistleblower verifiziert und rechtliche Rahmenbedingungen beachtet. Gute JournalistInnen tragen dazu bei, die Menschen mit der Wahrheit durch die Wirklichkeit zu führen.



Julia Hollitsch



Julia Nemetz

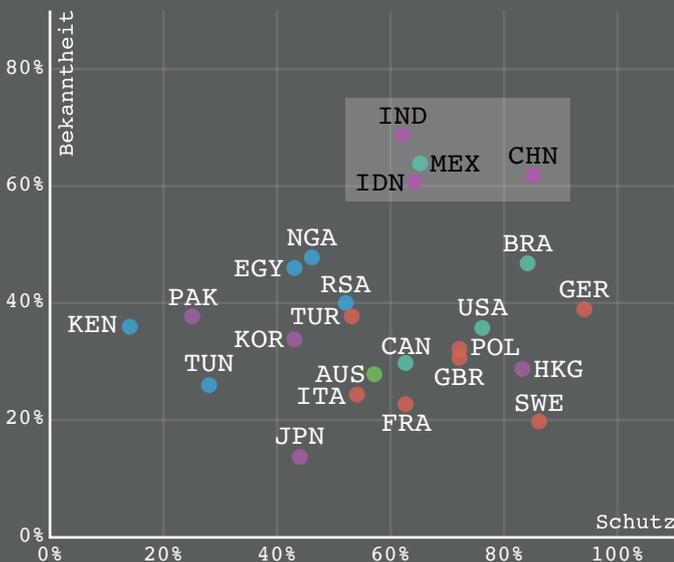
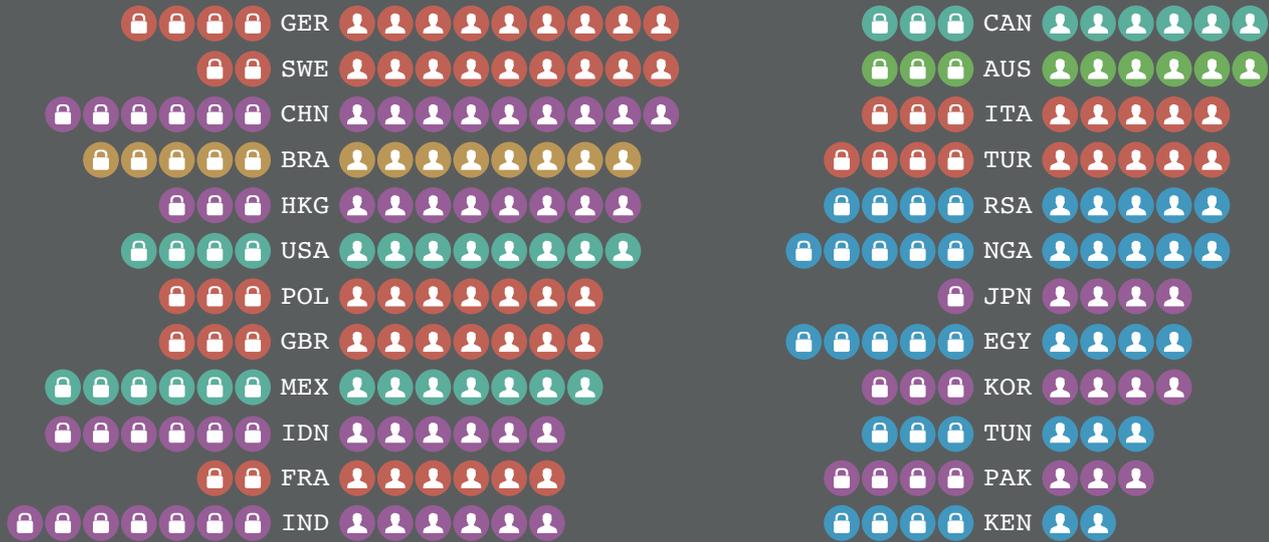
Secret Data und der Whistleblower

Schutz und Bekanntheit

Mittels einer Onlineumfrage wurde in 24 Staaten erhoben, ob man den Whistleblower Edward Snowden kenne und ob man aufgrund seiner Enthüllungen der weltweiten digitalen Überwachungs- und Spionagepraktiken durch Geheimdienste selbst Maßnahmen zum Schutz der Privatsphäre im Internet vorgenommen habe.

Diese Grafik zeigt die Gegenüberstellung zwischen Schutz der Privatsphäre  und Bekanntheit von Snowden .

Jedes Symbol steht für 10% der Befragten.
z.B.: KEN (Kenia) Schutz 40%, Bekanntheit 10%.

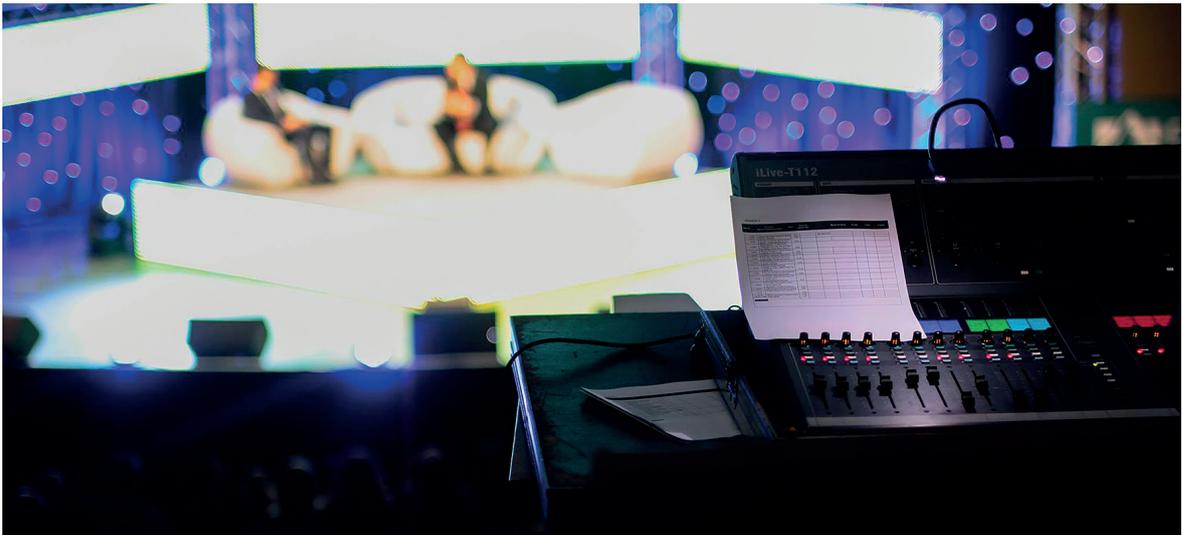


Schutz der Privatsphäre

Diese Grafik bezieht sich auf den Schutz der Privatsphäre und zeigt deutlich, dass vier Staaten aufgrund der Enthüllungen des Whistleblowers Snowden diverse Maßnahmen unternommen haben.

Quellen (2014):
Haben Sie etwas über den Whistleblower Edward Snowden gehört?
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/370121/umfrage/bekanntheit-des-whistleblowers-edward-snowden-in-ausgewaehnten-laendern/>
Haben Sie nach den Enthüllungen durch Edward Snowden Maßnahmen zur Sicherung der Privatsphäre im Internet ergriffen?
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/371311/umfrage/zustimmung-zu-massnahmen-zum-schutz-der-online-privatsphaere-in-ausgewaehnten-laendern/>

Grafik: Michael Riegler



Quelle: unsplash.com / John-Mark Kuznetsov

Fluch und Segen des Infotainments

SUMO sprach mit „Talk TV“-Produktionsleiter Stefan Fleischlig und Unterhaltungsforscher Jürgen Grimm über Ursachen und Tücken des Infotainment, mit Iris Gassner, „PULS 4“-Sendungsverantwortliche von „Bist Du deppert!“, und Peter Wustinger, Leiter der „ORF“-Redaktion Comedy und Kabarett, über dessen Umsetzung.

„Wir amüsieren uns zu Tode“, postulierte der US-amerikanische Medienwissenschaftler Neil Postman 1985 und kritisierte damit das Fernsehen, das seine Informationsfunktion zu wenig ernst nehme. Postman vertrat die These, dass der Zwang zur Bebilderung politische und kulturelle Inhalte verdrängen und die Urteilsbildung der ZuseherInnen gefährden würde. Er prägte den Begriff Infotainment, der als Synthese zwischen Information und Unterhaltung gesehen wird.

Die Debatte spitzte sich zu, als man etwa in Deutschland durch die Einführung des Privatfernsehens eine Vernachlässigung des Bildungsauftrags befürchtete. Vor allem VertreterInnen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hatten Bedenken, dass die ZuschauerInnen durch die programmliche Änderung „nur noch dem Unterhaltungsprogramm hinterherlaufen würden“, wie der am Wiener Publizistik-Institut der Universität Wien lehrende Medienunterhaltungsforscher Jürgen Grimm im SUMO-Gespräch erläutert.

Flucht aus der Unterhaltungsgesellschaft?

Mit dem Aufkommen erster Infotainment-For-

mate, die nach Grimm sogenannte „Zwitzer-Bindungen“ ermöglichen, dachte man, eine Lösung gefunden zu haben, den RezipientInnen sowohl informative, als auch gleichzeitig unterhaltende Inhalte anbieten zu können. Zahlreiche Fernsehformate wie „Science Busters“ oder „Bist du Deppert!“ erfreuen sich seither großer Beliebtheit, erstere erreichten bisweilen einen Marktanteil von 20%, die „Bist du deppert!“-Comedians bis zu 11,5% (12-49-Jährige), womit sie im Privat-TV zu den absoluten Spitzenreiter im Infotainment-Bereich zählen. Stefan Fleischlig, der als Produktionsleiter im Unternehmen „Talk TV“ tätig ist, das u.a. Infotainment-Formate wie „Die Millionenshow“ oder Talkshows wie die „Barbara Karlich Show“ verantwortet, erklärt sich dies dadurch, dass dem Rezipienten bzw. der Rezipientin auf unterhaltsame Weise neue Wissensgebiete nähergebracht werden. Grimm fügt hinzu, dass sich die Informationsprozesse im Gegensatz zu reinen Informations- und Ratgebersendungen viel natürlicher vollziehen würden, da ZuseherInnen diese während des Unterhaltungserlebnisses selbst erarbeiten.

Als einen wichtigen Faktor sieht er die alltags-

weltliche Orientierungsfunktion, die verschiedenen Infotainment-Formaten aus dem Bereich des Reality-TV zugeschrieben wird.

Auf Stippvisite bei „Talk TV“

Stefan Fleischlig ist für die Koordination hinter den Kulissen sowie für das Management der personellen und technischen Ressourcen verantwortlich. „Die ‚Barbara Karlich Show‘, die seit 17 Jahren existiert und damit als älteste laufende Talkshow in Europa gilt (Anm. d. Red.), wird jede zweite Woche von uns produziert. Für ein zufriedenstellendes Endergebnis muss im Vorfeld alles genau getaktet sein“, erklärt er. Neben interessanten Themen spielt auch die Auswahl der Studiogäste eine zentrale Rolle. Bei der „Millionenshow“ etwa, die von der Produktionsfirma aufgezeichnet wird, durchlaufen die KandidatInnen sogar ein mehrstufiges Castingverfahren.

Politische Funktion ist dysfunktional

Auf die Frage wie Infotainment im politischen Kontext gesehen wird, konstatiert Jürgen Grimm: „So erfolgreich Infotainment-Formate im Bereich der Alltagsorientierung sind, so müssen wir sagen, dass dies für den politischen Bereich nicht in gleichem Maße zutrifft.“ Der Bedarf nach Information, der aus dem Alltagsleben stammt, ist nicht vergleichbar mit der systemischen, politischen Ebene. Im Alltag geht es um die Orientierung des Einzelnen, in der Politik hingegen um die Belange der Allgemeinheit, z.B. wer mit welchem Programm nächster Bundespräsident in Österreich wird. Ein Beispiel für missratenes Infotainment in der Politik bot der jüngste US-amerikanische Wahlkampf. Während in der Berichterstattung großer Wert auf lebensweltliche Fragestellungen wie „Wie tickt Donald Trump bzw. Hillary Clinton?“ oder „Wer beachtet bzw. durchbricht Anstandsregeln?“ gelegt und ebenso auf zahlreiche Homestories gesetzt wurde, gerieten die wichtigeren Fragen, beispielsweise das politische Programm betreffend, ins Abseits. Grimm: „Da im Wahlkampf die KandidatInnen um die Führung der auf militärischer und politischer Basis größten Macht der Welt konkurrieren,

sollte man als Medium fragen: ‚Was bedeutet dies für die USA und die Welt?‘ und nicht: ‚Stimmt die Frisur von Hillary?‘ oder ‚Wer hat den schlechteren Geschmack?‘“ Die politische Funktion von Infotainment ist daher häufig als dysfunktional zu sehen, weil sie von wesentlichen Aspekten des Politischen ablenkt.

Politik im Infotainment-Format

Vom Wahlkampf in den USA zurück nach Österreich: Die Sendereihe von PULS 4 „Bist Du deppert!“ deckt nach eigenen Angaben Steuerverschwendung und andere politische Ungeheimheiten auf. SUMO war zu Besuch bei Iris



Iris Gassner und Erik Kornelson / Quelle: PULS 4

Gassner, der Sendungsverantwortlichen. Das Format verbindet Zahlen und Fakten mit dem Humor ausgewählter Kabarettisten aus Österreich. „In erster Linie sind wir ein Unterhaltungsformat und nicht dazu da, politische Meinung zu bilden“, betont Gassner. Die Basis für den Inhalt des Formats stammt u.a. aus der Zusammenarbeit mit der Online-Plattform von „Dossier“. Deren Redaktion betreibt investigativen Journalismus und liefert laut ihrer Webseite umfassende Recherchen über Korruption in Politik und Wirtschaft, die Ausbeutung Schwächerer, den Missbrauch durch Stärkere und das Versagen Einzelner und ganzer Systeme.

Neben von „Dossier“ umfassend recherchierter Informationen und Rechnungshofberichten werden auch Informationen von ZuseherInnen für die Sendung aufbereitet. Gemeinsam formen Autoren von „PULS 4“ mit den Kabarettisten daraus humoristische Beiträge. „Von größter Wichtigkeit ist es, dass unsere Inhalte stimmig sind“, betont Gassner. Nur so funktioniert die Mischung aus schockierenden Inhalten und Humor.

Bei Satire darf freilich stark überzeichnet werden, dabei kommt die Politik in Österreich nicht unbeschadet davon. Am Sendungsende wird abgerechnet, wie viel Steuergeld in Summe von den Verantwortlichen verschwendet wurde. Diese streuen sich über die politischen Strukturen quer durchs Land.

Die große Herausforderung des Formats ist es, die komplexen Themen so herunter zu brechen, dass sie jeder versteht. „Wenn man sich nämlich nicht auskennt, kann man auch nicht darüber lachen.“

Der US-amerikanische Medienwissenschaftler Neil Postman vertrat auch die These, dass Qualitätskriterien wie Transparenz, Richtigkeit, Perspektivenvielfalt und Ausgewogenheit für Infotainment genauso gelten sollten, wie für Nachrichten. Demnach kann dieses Format ein Erfolgsrezept zur Wissensvermittlung im Fernsehen sein – die bisherigen Quoten der Sendung sprechen ebenso dafür.

Wissenschaft mit schrägem Auftritt

Die ORF-Sendereihe „Science Busters“ vereint Wissenschaft und Kabarett in einem Format. SUMO fragte Peter Wustinger, Leiter der ORF-Redaktion Comedy und Kabarett, nach den Hintergründen des Formats.

Die „Science Busters“ gab es schon, bevor der ORF mit ihnen die Sendereihe gestartet hat. Ursprünglich begannen die Auftritte als Spezialabende an der Technischen Universität in Wien als eine Art „Frage-Antwort-Spiel“ vor Studierenden. Wustinger erkannte darin genau die Art der Wissenschaftsvermittlung, die auch beim Fernsehpublikum gut ankommen könnte. Die ‚Science Busters‘ sind als eigenes Ensemble für ihre Themen überwiegend selbst ver-

antwortlich. Unter vielen Auftritten wählt der ORF nur wenige für die TV-Ausstrahlung. Da diese aus zweimal 45 Minuten bestehen, ist für die 30-minütige Sendung immer genug Material vorhanden. Man bemühe sich, für die SeherInnen Action auf der Bühne und Experimente zu bieten. Inhaltlich habe man sich stets auf das Team verlassen, denn bei diesem Wissenschaftsmagazin kann eine Redaktion nur begrenzt nachforschen – im Gegensatz zu Satirensendungen, bei denen sich Redaktionen stärker einbringen. Auch unter WissenschaftlerInnen gibt es Diskussionen, ob man das Vermittelte auch wirklich so sagen kann. Die Aktualität der Beiträge ist hoch, denn die Wissenschaften erbringen ständig neue Erkenntnisse.

Für Wustinger ist das Geheimnis des Formats der Kabarettist Martin Puntigam mit seinen komödiantischen, vulgo „blöden“ Fragen an die Wissenschaftler. Einerseits nervt er sie damit, andererseits fungiert er selbst als Vermittler zwischen ihnen und den TV-ZuseherInnen, indem er komplexe Materien somit für die breite Masse herunterbricht.

Fazit

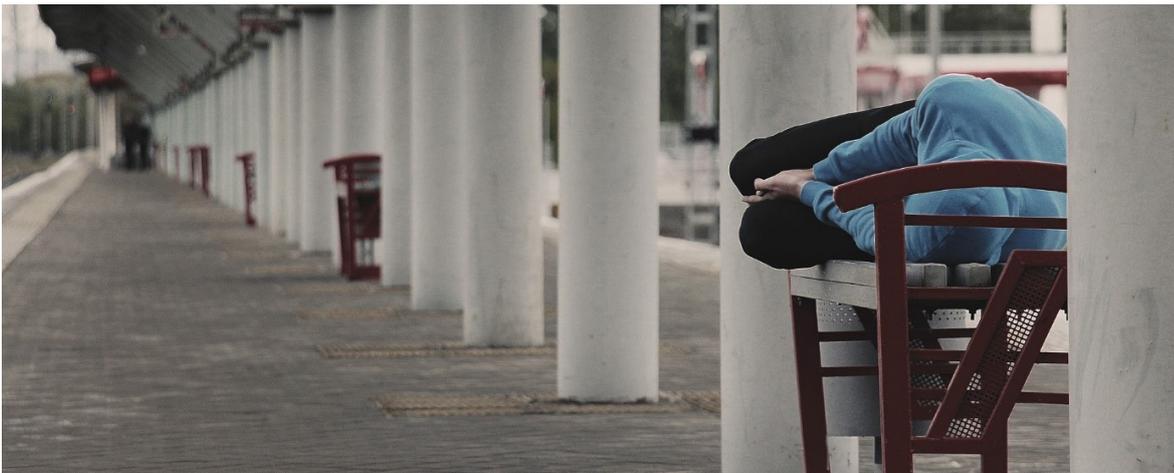
Zusammenfassend kann gesagt werden, dass mit Infotainment-Formaten im Fernsehen sowohl der Bildungsauftrag, als auch die Unterhaltungsfunktion umgesetzt werden können und in Alltagsfragen ebenso eine Orientierungsfunktion besteht. In Bezug auf politische Bildung oder Vermittlung ist Infotainment kritisch zu betrachten, da die Medien durch einen zu intensiven Einsatz von Entertainment-Elementen an Glaubwürdigkeit verlieren können.



Julia Riepl



Erik Kornelson



Quelle: unsplash.com / John-Mark Kuznietsov

Mediale Darstellung von Obdachlosen

Obdachlosigkeit ist ein Thema, das in den Medien kontrovers diskutiert wird. Doch ist die Darstellung eines/einer „typischen“ Obdachlosen korrekt? Die Emmausgemeinschaft St. Pölten und einer ihrer Klienten berichten selbst.

Es sind Berichte mit Überschriften wie „Viele Obdachlose leiden an psychischen Störungen“ oder „Obdachloser sticht in Rathaus um sich“, die dafür sorgen, dass die Gesellschaft in Aufruhr gerät und Vorurteile bildet. Die Chance, dass Obdachlose von der Gesellschaft als gleichwertige BürgerInnen akzeptiert werden, sinkt durch solche Artikel, die Distanzierung wächst. Walter Steindl, Wohnheimleiter der Emmausgemeinschaft St. Pölten, und Josef H., Gast der Emmausgemeinschaft, erzählen von ihren bisherigen Erfahrungen.

Ziele der Emmausgemeinschaft

Wie viele Obdachlose gibt es in Österreich? Die Zahl schwankt zwischen 35.000 und 12.000 Menschen. Je nachdem, ob die osteuropäischen „Touristen“ mitgezählt und die Dunkelziffern hochgerechnet werden. Diplomsozialarbeiter Walter Steindl arbeitet bereits seit 16 Jahren bei dieser karitativen Organisation in der Grundversorgung von wohnungslosen Männern. Es sind Menschen die in Armut leben oder armutsgefährdet sind, wohnungslose oder psychisch kranke Menschen, zum Teil auch Asylwerber, die noch kein Quartier gefunden haben, Langzeitarbeitslose und Menschen die eine geregelte Tagesstruktur brauchen. „Wenn jemand akut obdachlos wird, dann taucht er in

meiner Abteilung auf und wir planen die ersten Schritte. Je nach Problem braucht er einen Wohnplatz um ansparen zu können für ein eigenes Zimmer, oder bei einer Suchterkrankung eine richtige Therapie.“ Die Einrichtung ist sehr gut mit öffentlichen Stellen vernetzt und so finden die Betroffenen etwa durch die Netzwerke der Solidarität, wie Pfarren und christliche Organisationen, oder durch Mundpropaganda zur Emmausgemeinschaft in St. Pölten. Unterstützung erhält sie durch mehrere Fördergeber, den größten Anteil trägt das Land Niederösterreich durch die Schienen der Sozialhilfe und der Behindertenhilfe. Dann gibt es noch das AMS, wo Transitarbeitsplätze beantragt werden können, oder das Justizministerium, da auch mit Haftentlassenen bzw. Häftlingen, die probeweise Ausgang haben, gearbeitet wird. Die Abteilung „Wohnungslose Männer“, für die Walter Steindl zuständig ist, wird zu 100 Prozent von der Sozialhilfe des Landes Niederösterreich getragen. Im Wohnheim Kalvarienberg und in der Notschlafstelle leben derzeit 34 betreute Personen. In der Notschlafstelle wird bloß eine Unterkunft angeboten. Einzige Bedingung ist die Einhaltung von Grundregeln. Wenn ein Klient sagt: „Ich will mein Leben Alkohol trinkend beenden und sonst gar nichts mehr daran ändern“, dann akzeptiert dies die Emmausgemeinschaft.

Im Wohnheim erhalten die Gäste jedoch eine weiterführende Betreuung, die ein „Ich will weitertrinken“ nicht toleriert, sondern Entwöhnungstherapien, etwa im Landeskrankenhaus Mauer vorschlägt. Hier werden Maßnahmen forciert, die dem Leben der Klienten positive Änderungen bringen.

Das Programm, für welches Steindl zuständig ist fokussiert die einfache Grundversorgung: Hierbei geht es darum, dass die Menschen nicht im Freien schlafen und nicht Hunger leiden müssen und vor Straftaten zur Lebenserhaltung gefeit sind. Weiterführende Hilfen außerhalb der Emmaugemeinschaft sind der Psycho-soziale Dienst und Suchtberatungsstellen der Caritas, mit denen die Gemeinschaft eng zusammenarbeitet. Es gibt auch noch Werkstätten und eine weiterführende Betreuung, die zu einem intensiveren Betreuungsansatz gehören. Ob jemand dafür bereit ist, wird in der Grundversorgung getestet.

Das Image in der öffentlichen, institutionellen und Klienten-Wahrnehmung

Das Image der Emmaugemeinschaft ist ein durchaus positives. Die lokalen Medien veröffentlichen regelmäßig Artikel über die Gemeinschaft und in den letzten zehn Jahren waren diese laut Steindl stets wertschätzend. „Ich denke, dass die Bevölkerung sehr froh ist, dass es uns gibt, da wir für Männer, die nicht mehr viele Möglichkeiten haben eine Anlauf-

stelle bieten,“ verdeutlicht er. Andererseits ist es ein Faktum, dass jemand mit der behördlichen Meldeadresse „Kalvarienberg“ Schwierigkeiten bei der Wohnungs- oder Arbeitssuche hat. „Einerseits brauchen uns die St. PöltnerInnen, um schwierige Leute zu betreuen, aber wenn diese dann wieder von uns weg wollen, heißt es, das sind ja die Schwierigen vom Kalvarienberg, die wollen wir nicht in der Arbeit haben.“

Eine ähnliche Situation hat auch Josef H., der anonym bleiben möchte, selbst erlebt: „Ich musste irgendwo Geld auftreiben und hatte die Idee Plasma zu spenden. Meine Angabe, dass ich über 60 bin, hat der Ärztin nichts ausgemacht. Als sie mein Formular durchsah, meinte sie jedoch, dass sie mich mit dieser Adresse nicht akzeptieren kann: Denn natürlich nehmen sie nicht die Drogen- und Alkoholsüchtigen vom Kalvarienberg.“ Josef H. ist erst seit dem 26. September 2016 ein Klient der Emmaugemeinschaft St. Pölten und hatte auch nicht vor, lange zu bleiben. Am 1. Dezember bezog er schließlich seine neue Wohnung, die er sich mit seiner Pension finanziert. Josef H. war mit einer Kubanerin verheiratet und lebte mit ihr in Kuba, bis sie ihm sein letztes Geld gestohlen hätte. „Ich bin zur österreichischen Botschaft gegangen in der Hoffnung, dass sie mich finanziell ein wenig unterstützt, was sie aber nicht getan hat.“ Das Haus in Kuba wurde verkauft und Josef H. stand mehr oder weniger auf der Straße. Aber auch das Geld für den

Ein Freund fürs Lesen

BUCHHANDLUNG
SCHUBERT



Das Lesen ist schön

Flug zurück nach Österreich zu besorgen war nicht so einfach, da H. als Auslandsösterreicher eingestuft wurde und die österreichische Botschaft die Verantwortung auf die kubanische Botschaft übertrug. „Ich bin aber Österreicher,“ betont Josef H. Letztendlich erhielt er nach knapp drei Monaten einen neuen Pass und einen Kredit für den Rückflug nach Österreich, den er noch heute abstottert. „Ich habe einen Antrag für die Übernahme in die heimatische Fürsorge unterschrieben und da stand, dass ich mich hier bei der Emmausgemeinschaft melden soll.“ Er wollte aber auf keinen Fall betteln gehen, er wollte es selber schaffen. Die Scham war für ihn ein Grund mehr, wieder auf eigenen Beinen zu stehen. „Es ist zwar alles relativ bequem hier, man hat sein Essen, einen Schlafplatz und Möglichkeit die Wäsche zu waschen und zu duschen. Ich fühle mich hier aber nicht zuhause,“ betont H., obwohl er mit allen gut zu recht käme. Er war lange selbstständig und bei der österreichischen Botschaft für das Außenministerium tätig. Selbst Menschen in solchen Positionen kann Obdachlosigkeit drohen.

Berichterstattung über Obdachlosigkeit

Jemand wie Josef H. würde massenmedial wohl nicht zur exemplarischen Illustration des Phänomens Obdachlosigkeit herangezogen werden. Steindl: „Die Obdachlosen werden, vor allem um die Weihnachtszeit, als armseilig dargestellt mit stereotypen Fotos, etwa mit dem ‚Sackerl unter der Brücke‘. Die Wirklichkeit sieht anders aus, weil vielschichtiger. Es gibt freilich diese Menschen, die dem gängigen Bild entsprechen, nur sind diese meist aus Osteuropa und suchen hierzulande Unterstützung durch Betteln oder Gelegenheitsarbeiten und die sind dann im Stadtbild sichtbar.“ Hiesige obdachlose Männer seien kaum von Bürgern ohne diesem gravierenden Problem zu unterscheiden. „Er könnte ein Student sein oder ein Angestellter, der noch in prekären Verhältnissen wohnt. Er darf nochmal eine Woche beim Freund unterkommen und dann versucht er es bei der Großmutter, aber dann geht es nicht mehr und langsam aber sicher rutscht er in die Obdachlosigkeit hinein,“ verdeutlicht Steindl.

Die Klienten kämen relativ gut organisiert in die Quartiere, mit Smartphones, frisiert und rasiert und erbitten Hilfe. Das sei das aktuelle Bild eines Obdachlosen, das Elend ist nicht so sichtbar, sondern erst in die Biografie des Menschen zu entdecken. „Hier wünsche ich mir von JournalistInnen, dass sie weniger auf die Mitleidsschiene drücken und an das zugehörige Helfen appellieren – was natürlich auch okay ist –, sondern dass sie vermehrt die Rahmenbedingungen beleuchten. Wieso werden Menschen, die bis vor kurzem ihr Leben gut finanzieren konnten obdachlos? Wieso werden gewisse Menschen in prekäre Arbeitsverhältnisse abgedrängt? In welchem Verhältnis stehen die Mieten zu den Gehältern? Denn Leute werden nicht prinzipiell obdachlos, weil sie dumm sind oder weil sie alles verbocken, sondern oft auch ohne Schuld, etwa weil sie sich ihr Leben einfach nicht mehr leisten können.“ Negative Schlagzeilen über die Gemeinschaft hat er keine in Erinnerung, dennoch kann es passieren, dass die Emmausgemeinschaft in Zusammenhang mit einer Straftat, die von einem ihrer Klienten begangen wurde, in ein schiefes Licht gestellt wird. Dafür hat die Organisation eine eigene Presseabteilung, die JournalistInnen schnell über die tatsächlichen Geschehnisse informieren.

Und Josef H. resümiert: „Es gibt zwei Seiten: den/die Journalisten/in, der oder die diese individuelle Seite des/r Obdachlosen versteht und sich auch für ihn oder sie bemüht, und auf der anderen Seite jene/n, der oder die eher aus der Gesellschaftssicht berichtet.“

In der jetzigen Situation des Arbeits- und Wohnungsmarktes, übergeordnet auch der nach Erfolg und Status geprägten gesellschaftssystemischen Ideologie wird das Phänomen nicht kleiner werden. Medien sollten hier – normativ gesprochen – einen Beitrag zur Rahmung und Deutung leisten.



Johanna Reber



Quelle: Benedikt Grösel

JournalistInnen als Autoritäten

Hugo Portisch, einer der renommiertesten Journalisten Österreichs, spricht mit SUMO über das Ansehen und die Bedeutung des journalistischen Berufsfeldes.

Hugo Portisch intendiert mit journalistischer Verantwortung die Beachtung einiger Grundsätze: Erstens politisch unabhängig zu sein und zweitens hat alles Geschriebene wahr zu sein. Auch im schnelllebigen Online-Journalismus müsse man der Recherche genügend Zeit einräumen nach dem immer gültigen Grundsatz „Check, Re-check, Double-check“, um Fakten bieten zu können. Wer in allem, was er schreibt und sagt diese Grundsätze stets beachtet, betreibt laut Portisch verantwortungsvollen Journalismus. Es gelte sich vor Augen zu halten, was man mit einer Stellungnahme – etwa einem Leitartikel bzw. Bericht, oder auch nur mit der Art des „Aufmachens“ eines Themas – bewirkt. Selbstreflexion meint die Wirkung des eigenen Handelns ethisch und realpolitisch zu bedenken und stets kritisch zu hinterfragen. Journalistische Verantwortung „lässt sich erlernen, ist aber immer moralisch-ethisch zu verantworten.“ Junge JournalistInnen lernen das „Handwerk“ und Kompetenz v.a. durch Praxisgrößen, etwa eine/n ChefredakteurIn. Gute Zeitungen haben auch Lehrredaktionen, um JournalistInnen auszubilden, wie z.B. „Die Presse“. Portisch konstatiert Veränderungen journalistischer Macht: „Früher gab es tatsächlich JournalistInnen mit großer Autorität, deren Meinung und Urteil sehr beachtet wurden.“ Heute sei dies stärker von der Reichweite bzw. Quote abhängig. Menschen schenken ihr Vertrauen nicht mehr ausschließlich einem/r einzelnen Journalisten/in, sondern einem Medium und richten

ihre Rezeptionsgewohnheiten danach. Vertrauen impliziert v.a. die Glaubwürdigkeit und Unbestechlichkeit als wichtigste Voraussetzungen für die Nutzung eines Mediums. Jenes, das den RezipientInnen vermittelt, nach diesen Werten zu handeln wird langfristig bestehen. Nur mit Glaubwürdigkeit über einen längeren Zeitraum lasse sich Autorität erreichen, und sie müsse durch vorbildliche Leistung mühsam erworben werden. Als Vorbilder galten Portisch JournalistInnen, die eintraten für Freiheit und Toleranz, Gerechtigkeit und Menschlichkeit, etwa Oskar Pollak bei der „Arbeiterzeitung“, Rudolf Kalmar jr., Chefredakteur der Zeitung „Neues Österreich“, Ernst und Fritz Molden bei der „Presse“. Auch heute gebe es JournalistInnen, die verantwortungsbewusst und trotz politischer oder wirtschaftlicher Einflüsse positiv zur Medienbildung der Gesellschaft beitragen. Portisch nennt Alexandra Förderl-Schmid, Hans Rauscher sowie Armin Wolf. Nehmen RezipientInnen Beiträge von JournalistInnen, die sie als Autoritäten erachten, aufmerksamer wahr? Portisch bejaht: „Wenn sie in der Kontaktaufnahme mit JournalistInnen einen Mehrwert für ihr eigenes Leben sehen, ihnen vertrauen und sich mit deren Meinung identifizieren können, werden sie immer wieder zurückkehren.“



Benedikt Grösel

Impressum

Medieninhaberin:

Fachhochschule St. Pölten GmbH
c/o SUMO
Matthias Corvinus-Straße 15
A-3100 St. Pölten
Telefon: +43(2742) 313 228 - 261

Fachliche Leitung
FH-Prof. Mag. Roland Steiner
E-Mail: office@sumomag.at
Telefon: +43(2742) 313 228 -425
Fax: +43(2742) 313 228 -409



Quelle: Claudia Mann

Das Team der Ausgabe 28:

Abidi Emira, Bartl Aline, Brunnbauer Davina, Deutsch Julia, Grösel Benedikt, Kornelson Erik, Lederer Nicolaus, Putz Anna, Reber Johanna, Riepl Julia, Schwendinger Valentina, Snizek Lukas, Solta Maximilian, Wastl Sophie, Zahic Adiamin, Ziniel Martin

Chief ASSISTANT: Verena Ganhör

Head of SALES: Julia Hollitsch

Head of PRODUCTION : Elisabeth Brandstetter

Head of COMMUNICATION: Mathias Blaha

Head of DISTRIBUTION: Madeleine Wolfinger

Heads of RELEASE: Viktoria Stanzl, Clara Langer

druck
einfach | online | drucken **at**

Porträtfotos: Workshop mit Claudia Mann an der FH St. Pölten

St. Pölten University of Applied Sciences

Bachelor | Master | Weiterbildung in den Bereichen

- / medien & wirtschaft
- / medien & digitale technologien
- / informatik & security
- / bahntechnologie & mobilität
- / gesundheit
- / soziales

Jetzt
bewerben!
fhstp.ac.at

© Martin Lifka Photography

Komm besser studieren.

fh ///
st. pölten