

## **Politische Meinungsbildung zwischen Information und Unterhaltung**

Meine sehr verehrten Damen und Herren

Satire darf alles, sagte bekanntlich Tucholsky. Darf Satire alles? lautet die Fragestellung der heutigen Fachtagung. Thema ist also die publizistische Lizenz von Nicht-Informationsformaten, eben: von Unterhaltung, Satire, Cartoon, Politische Kunst und Co.

Ob dem Aufruhr um die Mohammed-Karikaturen hat dieses Thema eine buchstäblich brennende Aktualität erhalten. Ein entsprechender Fachdiskurs ist deshalb überfällig. Hierzu scheint mir am zweckmässigsten, auf ein Schulbeispiel zurückzugreifen, das sämtliche Ebenen eines exemplarischen und langwierigen Rechtsstreits durchlaufen hat. Dies ist der Fall bei einem aus dem Jahr 1989 datierenden Cartoon auf der Frontpage des Tages-Anzeigers. Der Karikaturist Nico stellte den damaligen Bundesratsgatten Hans W. Kopp dar, der sich hoch über einer Gasse aus dem Fenster lehnt und nasse Tausendernoten an die Wäscheleine hängt. Unten sagen Leute zueinander: „Das muss der Kopp in Neapel gelernt haben,“ – nämlich eindeutig das Geld waschen.

Nun war aber Hans W. Kopp nie wegen Geldwaschens angeklagt oder verurteilt worden. Folgerichtig erhob er Klage gegen den Tages-Anzeiger. Der Prozess dauerte acht Jahre und wurde mit einem Urteil des Bundesgerichts abgeschlossen: der Tages-Anzeiger wurde wegen Persönlichkeitsverletzung zu einer Entschädigungszahlung von 18 000 Franken verurteilt.

Was ist von diesem Schulbeispiel abzuleiten?

1. Ein Cartoon gründet zwar auf der Pressefreiheit/Medienfreiheit, was aber nicht automatisch heisst, dass er – als kunstnahe Textsorte – Narrenfreiheit beanspruchen darf.
2. Ein sachlich irreführender Cartoon kann die öffentliche Meinungsbildung nachhaltig und weitgehend irreparabel beeinflussen (eine Situation, die damals schliesslich zur Demission einer Bundesrätin geführt hatte), weil
3. das Bild stets emotional stärker wirkt als ein relativierender oder differenzierender verbaler Kommentar. Aus Gesamttexten, d.h. Bild und Wort, resultiert eine Gesamtbedeutung, indem die beiden Modalitäten visuell und verbal zusammenfliessen, respektive, neudeutsch ausgedrückt: konvergieren.
4. Dem Begriff Konvergenz möchte ich in dieser Einleitung eine Schlüsselfunktion einräumen.
5. Konvergenz gibt es mithin nicht etwa erst seit dem gegenwärtigen organisatorisch-technischen Umbau der SRG. Sie wurde durch einen trendigen Journalismus längst

vorweggenommen, sofern man unter Konvergieren nicht nur das technische Zusammenführen von Medien, sondern sinngemäss auch das Zusammenfliessen von Modalitäten und Textsorten versteht, die bis anhin als getrennte Kategorien galten. So etwa das Verfliessen der Grenzen zwischen

- Nachricht und Kommentar
- Information und Unterhaltung
- Dokumentation, Fiktion, Games und Werbung
- Realität und Virtualität
- vom Kommunikator produzierter Inhalt und von User generated Content im Web 2.0
- Kunst und Nicht-Kunst

Über die Mannigfaltigkeit solcher Konvergenzen werden in den anschliessenden ersten vier Vorträgen von Kollegen der Pädagogischen Hochschule Zürich und im Hauptreferat meines Fribourger Kollegen Louis Bosshart Überlegungen angestellt.

Da in den Folgereferaten das Thema der politischen Meinungsbildung durch Kunst nicht explizit behandelt wird, möchte ich einige Bemerkungen hierzu in die Einführung einbeziehen.

Von unserem spontanen Empfinden her dürfte Kunst, die *per se* einen gewissen Absolutheitsanspruch einnimmt, nicht mit den gleichen Ellen gemessen werden wie andere publizistische Erzeugnisse. Und gemäss Art. 21 der Bundesverfassung ist „die Freiheit der Kunst gewährleistet.“ Öffnet sich aber etwa dadurch, dass Kunst als integrierter Bestandteil von Medien fungieren kann, eine Schere zugunsten der Freiheit der Kunst gegenüber den Begrenzungen der Medienfreiheit? Akut wird dieses Problem bei der so genannten Politischen Kunst, die zwar Kunststatus beansprucht, aber primär eine öffentliche Meinungsbildung beabsichtigt.

Ebenfalls ein Schulbeispiel: die 2004 als Event konzipierte Ausstellung „Swiss Swiss-Democracy“ von Thomas Hirschhorn im Centre Culturel Suisse in Paris. Die Installation setzte sich aus den für Hirschhorn typischen Requisiten von Occasionsmöbeln, vollgeschriebenem Karton und üppig appliziertem braunen Klebeband zusammen. Die schon aus dem Titel ersichtliche politische Ausrichtung verstand sich als Kritik an der (schweizerischen) direkten Demokratie. Als Einladungskarte zur Vernissage figurierte das Bild einer Folterszene im irakischen Gefängnis Abu Ghraib mit darunter gesetzten Wappen der drei Urkantone Uri, Schwyz und Unterwalden. Zur Ausstellung gehörte auch eine täglich stattfindende Performance, in der in eine Abstimmurne erbrochen wurde.

Dass dieses Konstrukt ein grosses Medienecho fand, hing auch damit zusammen, dass die Kulturstiftung Pro Helvetia die Ausstellung finanzierte und der Steuerzahler daran Anstoss nahm, dass jemand, der die Schweiz in dieser Art kritisierte, sich gleichzeitig vom schweizerischen demokratischen Staat finanzieren liess.

Die breite Diskussion, die dadurch in der Öffentlichkeit ausgelöst wurde, galt nun just dem Problem, ob nicht auch der Kunst – wie für Cartoon und Satire in Bezug auf Schutz der Menschenwürde und der Privatsphäre sowie hinsichtlich des strafrechtlichen Persönlichkeitsschutzes – gewisse Grenzen gesetzt seien. Schliesslich ist die Medienfreiheit ebenfalls durch die Verfassung gewährleistet, und gleichwohl bestehen Regelungen zu ihrer Einschränkung.

Solche Vorkehren sind übrigens von einer Auffassung von Freiheit her inspiriert, wie sie Montesquieu (1689-1755) in seinem Werk *De l'esprit des lois* vertreten hat: „La liberté politique ne consiste point à faire ce que l'on veut.“ Keine grenzenlose Freiheit also, sondern: „Dans un Etat, c'est-à-dire dans une société où il y a des lois, la liberté ne peut consister qu'à pouvoir faire ce que l'on doit vouloir.“ Die Freiheit des Wollens findet also ihre Begrenzung im Sollen, in den geltenden ethischen und gesellschaftlichen Normen.

Eine abschliessende Bemerkung zur hier als Schlüsselbegriff verwendeten Bezeichnung Konvergenz.

Die verschiedenen Mediendarbietungen werden nicht mehr als Einzelbeiträge (Sendungen, Artikel...) wahrgenommen und genutzt. Sie konvergieren zu einem Medien-Mainstream, der sich auf die verschiedenen Endgeräte (Bildschirme, i-Pads, Smartphones, Spielkonsolen... ) verteilt (also inhaltliche Konvergenz).

Diese Endgeräte sind angesichts ihres „verbreiten“ Contents („verbreit“ von Brei abgeleitet) zu einer zusammenhängenden neuen Umwelt zusammengewachsen, konvergiert (also technische Konvergenz).

Wie sich nun in dieser künstlich geschaffenen Umwelt verhalten?

Die neue digitale Umwelt wieder de-konvergieren, die Gegenstände wieder angemessen in deren Objektcharakter wahrnehmen. Kurz: die Dinge, die Produkte, die Modalitäten, die Qualitäten von einander unterscheiden können.

Unterscheiden heisst lateinisch *discernere*, erhalten in französisch *discerner*. Etymologisch hängt es zusammen mit griechisch *krinein* = trennen, beurteilen. Und davon abgeleitet ist *kritikos*. Medienkritik also als umfassende Differenzierungs- und Urteilsfähigkeit.

Zu fragen ist nun, wie weit auch von Seiten der Redaktionen publizistische Leitlinien (Transparenz, Deklaration ...) zu entwickeln und zu beachten wären, die einer adäquaten Wahrnehmung der vielfältigen Medienprodukte förderlich sind.