

Zur Verbindung von Medien- und Europakompetenz

Eine paradigmatische Herausforderung für die Medienpädagogik

Kritische Medienrezeption – wichtiger denn je!

Die Wichtigkeit des Europäischen Integrationsprojektes für wirtschaftlichen Wohlstand, politische Stabilität und Friedenssicherung auf unserem Kontinent kann objektiv gut begründet werden. Gerade für die Zukunftssicherung eines mitteleuropäischen Kleinstaates wie Österreich ist die Teilnahme an diesem Prozess entscheidend, auch im Hinblick auf die Steigerung internationaler Handlungsmöglichkeiten. Nicht zuletzt die globale Finanzkrise führt auch die Wichtigkeit einer gemeinsamen europäischen Währung vor Augen – Österreich wäre ohne den Euro wahrscheinlich bereits längst in eine ähnliche Situation gelangt wie Island, das faktisch vor dem Staatsbankrott steht und nunmehr den zuvor aus nationalen Gründen stark abgelehnten Beitritt zur Europäischen Union und zur Eurozone massiv vorantreiben will und im Sinne des ökonomischen Überlebens seiner politischen Gemeinschaft letztlich sogar muss.¹

All den objektiven Vorteilen des Europäischen Integrationsprozesses für Österreich zum Trotz kommt die EU im Bereich der öffentlichen Kommunikation – gelinde gesagt – nicht sehr gut weg. In manchen aufgabenstarken Medien ist die „Information“ zur EU als „Desinformation“ zu bezeichnen, da sie aufgrund von grober Verzerrung objektiv unrichtig ist – die EU muss als Sündenbock für Probleme herhalten, mit denen sie objektiv nichts zu tun hat.² Begünstigt wird die schlechte „Publicity“ auch durch einen Mangel an „europäischen Medien“ bzw. einer „europäischen Öffentlichkeit“ – die Medienlandschaft in Österreich ist hauptsächlich national und vielleicht noch regional geprägt.³

Angesichts dieser Situation – die letztlich Defizite der „Kommunikatoren“ sind – versucht der vorliegende Artikel zu argumentieren, dass eine zentrale paradigmatische Zukunftsaufgabe der Medienpädagogik

sein soll, Europakompetenz und Medienkompetenz miteinander zu verbinden, also die künftigen „Rezipienten“, die heranwachsende Jugend, für das Problem zu sensibilisieren. Es ist wichtig, dass gerade junge Menschen in die Lage versetzt werden, kritisch mit Medieninhalten umgehen zu können, und gerade im Zusammenhang mit dem Themenkomplex „Europa“, „Information“ – die durchaus, wenn legitime Argumente vorliegen, auch EU-kritisch sein kann! – und „Desinformation“, die auf einseitigen Verzerrungen und Verdrehungen beruht, kritisch unterscheiden zu können. Eine solche Kritikfähigkeit setzt Wissen um EU-Institutionen, ihre Geschichte und ihre Kompetenzen gleichsam voraus wie Wissen um Mechanismen der Medienberichterstattung.

EU-Mythen – ein Beispiel

Beispiele für Desinformation rund um die Europäische Union sind Legion. Die Wirtschaftskammer Österreich hat 2007 eine Broschüre zusammengestellt mit dem Titel „Legenden & Mythen rund um die Europäische Union... und was wirklich dahintersteckt“. Die darin gesammelten und kritisch besprochenen Beispiele liefern eine gute Übersicht auch über die Probleme der öffentlichen Kommunikation der Europäischen Union.

Nur ein Praxisbeispiel aus der Broschüre sei herausgegriffen: **„Brüssel zwingt uns, Postkästen auszu-tauschen – das auch noch auf eigene Kosten“!** Aufklärung des Gerüchtes: Richtig ist, dass eine EU-Richtlinie von den Mitgliedsstaaten verlangt, im Sinne der Post-Liberalisierung gleiche Wettbewerbsbedingungen für Post-Dienstleister zu schaffen. Private Zusteller müssen also die gleichen Zugangsmöglichkeiten zu Briefkästen bekommen wie der bisherige Monopolist. Die Umsetzung der Richtlinie im Detail obliegt den Mitgliedstaaten. Dieser gleiche Zugang ist in vielen Altbauwohnungen mit versperrbaren Briefkästen, zu denen nur der Briefträger der POST AG einen Schlüssel besitzt, oft nicht gewährleistet. Die Republik Österreich wollte daher eine Novelle zum Postgesetz initiieren, welche vorsah, dass bis 2006 alle betroffenen Briefkästen auf neue Modelle (mit Briefschlitz) ausgetauscht werden müssten, wobei die anfallenden Kosten von den Wohnungseigentümern zu tragen wären. All dies war aber von der EU-Richtlinie nicht vorgesehen – weder der Termin 2006, noch die Über-

1 vgl. u.a. Artikel im Online-„Spiegel“: „EU lässt Island auf Beitritt hoffen“; <https://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,585330,00.html>

2 vgl. Patrick Horvath, Die Feindbilder der Kronen Zeitung. In: MEDIENIMPULSE Nr. 56, Juni 2006, S. 30–32

3 Im Zusammenhang mit diesem Problem findet vom 26.–28. 2. 2009 in Rathaus und Presseclub Concordia eine Expertentagung zum Thema „Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung“ statt; nähere Informationen unter: <http://www.univie.ac.at/Publizistik>



Eine paradigmatische Herausforderung für die Medienpädagogik

wälzung der Kosten auf die Eigentümer und auch nicht der komplette Austausch aller Briefkästen –, die Abgabe eines Schlüssels für die vorhandenen Briefkästen an private Postdienstleister wäre zur Erfüllung der Richtlinie durchaus ausreichend gewesen. Dennoch brach der mediale Proteststurm gegen „die EU“ los, die uns angeblich zum Austausch der Briefkästen zwingt, und nicht gegen die „übereifrigen“ Instanzen der Republik Österreich. In der Debatte über die falschen Probleme ging die Debatte über die richtigen Probleme unter – man könnte etwa durchaus kritisch hinterfragen, ob eine umfassende Liberalisierung von infrastruktureller Grundversorgung eines Gemeinwesens (wie der Post) dem Wohl dieses Gemeinwesens insgesamt zuträglich ist oder nicht.

Um den Fall verstehen zu können, bedarf es neben Medienwissen auch Wissen um Europa, etwa über die unterschiedlichen Rechtsakte, welche die Europäische Union setzen kann. Zu diesen gehört z.B. die „Richtlinie“, welche nur Zielvorgaben macht, deren Umsetzung den Mitgliedsstaaten obliegt. Diese Umsetzung kann gut gemacht sein oder schlecht, die Schuld trägt nicht „die EU“. Der Hinweis, dass konkrete Zielsetzungen mancher EU-Institutionen sich dennoch nicht aller Kritik entziehen dürfen, ist aber ebenfalls richtig – eine differenzierte Sichtweise ist schwierig und anspruchsvoll, aber notwendig.

Ausgewählte Studienergebnisse: Informationsbedarf besteht

Eine medial vielzitierte Eurobarometer-Umfrage ergab 2008 einen historischen Tiefstand in Österreich bei der Zustimmung zur Europäischen Union – nur 28% der Befragten beurteilten die EU positiv. Das grundsätzlich besorgniserregende Ergebnis wurde allerdings in seiner Dramatik relativiert von einer im August 2008 veröffentlichten Studie des „Institutes für empirische Sozialforschung“ (IFES), die mit einer etwas modifizierten und differenzierten Fragestellung bessere Ergebnisse ans Licht brachte – so sind sechs von zehn Österreichern, eine deutliche Mehrheit also, gegen den Austritt aus der EU. Mit hohem Bildungsgrad steigt die Pro-EU-Haltung – so sind 75% Maturanten und 87% der Akademiker „pro EU“. Gesamtergebnis der Studie: Es gibt keine „ausgeprägte EU-Verdrossenheit“, ein Großteil der Befragten fühlt sich aber unzureichend informiert.⁴

Auch nach der „Jugendstudie 2008“ des Renner-Institutes ist das Meinungsbild zur EU der 14- bis 20-jährigen Österreicherinnen und Österreicher ein diffe-

renziertes. Einerseits geben 22% der in einer repräsentativen Telefonumfrage Befragten an, in Österreich werde „zu viel“ für die EU getan, 66% meinten „genug“ und nur 9% „zu wenig“. Das deutet zwar auf eine gewisse Skepsis hin – andererseits gab in derselben Umfrage immerhin eine große Mehrheit von 58% der Befragten an, eine insgesamt „eher gute Meinung“ zur EU zu haben.⁵

Dass grundsätzliche Ablehnung zur EU auch in Irland nicht das wahlentscheidende Motiv zur Ablehnung des EU-Reformvertrages in einer Volksabstimmung war, analysiert der Meinungsforscher Heinz Kienzl, Vorstandsmitglied der „Österreichischen Gesellschaft für Europapolitik“ (ÖGfE), in einer öffentlichen Stellungnahme:

„2.000 Irinnen und Iren – ein repräsentativer Querschnitt der irischen Bevölkerung – wurden per Telefon befragt, warum sie den Reformvertrag angenommen oder abgelehnt haben. 22% antworteten: ‚Weil ich den Vertrag nicht genug kenne‘, 12% wollten ‚die irische Identität‘ durch ihre Ablehnung schützen, je 6% wegen der irischen Neutralität und des Rechtes einen Kommissar in der Europäischen Kommission zu haben. Ebenfalls 6% lehnten den Vertrag ab, weil sie den Politikern nicht vertrauen. Je 4% wollten mit ihrem Votum gegen die Politik der Regierung sowie gegen den zu großen Einfluss von großen Staaten in der EU protestieren. Zwei Prozent lehnten den Vertrag sogar ab, weil er Eheschließung von Homosexuellen und Abtreibung in Irland einführen will.“⁶

Letzteres ist wiederum ein Beispiel für EU-Mythen und Desinformation – gleichgeschlechtliche Ehe und Abtreibung sind nicht EU-Kompetenz, sondern die Regelungen obliegen den Mitgliedsstaaten und werden auch mit dem Reformvertrag nicht eingeführt oder abgeschafft.

Auch wirtschaftspolitische Zusammenhänge rund um die EU werden oftmals unzutreffend eingeschätzt. Objektiv betrachtet führt ein gegenüber dem Dollar starker Euro zu einer dämpfenden Wirkung auf die Inflation – dies deshalb, weil Welthandelswaren wie Rohöl, Weizen oder Mais in Dollar gehandelt werden. Steigt der Euro gegenüber dem Dollar, bekommt man daher mehr Waren für das gleiche Geld. Insofern wäre die jüngste Inflation ohne den Euro, der 2007/2008 eine Periode der Stärke zu verzeichnen hatte, deutlich schlimmer ausgefallen. Nach einer repräsentativen Umfrage der Sozialwissenschaftlichen Studiengesellschaft (SWS) vom Februar 2007 hat sich dieser

⁵ Jugendstudie des Renner-Institutes, S. 14 und S. 25

⁶ Heinz Kienzl, „Was steckt hinter dem irischen Nein?“; http://cms.euro-info.net/received/_5191_Kienzl_Irland_020708.pdf

⁴ <http://diepresse.com/home/politik/aussenpolitik/406455/index.do>

Zur Verbindung von Medien- und Europakompetenz

Eine paradigmatische Herausforderung für die Medienpädagogik

objektive Vorteil der gemeinsamen Währung nicht im Bewusstsein der österreichische Bevölkerung niedergeschlagen. So meinten nur 5%, die Teuerung wäre ohne den Euro höher ausgefallen, wohingegen 44% meinten, sie wäre bei Beibehaltung des Schillings niedriger gewesen.⁷ Der Euro gilt also fälschlicherweise als „Teuro“, obwohl genau das Gegenteil wahr ist. Weiterführende Studien der „Arbeitsgemeinschaft für wissenschaftliche Wirtschaftspolitik“ (WIWIPOL) führten zu dem Ergebnis, dass darüber hinaus auch das Bewusstsein über den Nutzen des Euro zur Bewältigung der Finanzkrise mangelhaft ausgeprägt ist.⁸

Kurzum – das durchgängige Bild, das sich aus den zitierten Studien und Expertisen ergibt, ist folgendes: Europa ist bei weitem nicht so schlecht angeschrieben, wie man angesichts negativer Medienberichte glauben könnte. Vielmehr sind positive Meinungen über Europa weit verbreitet, allgemein wie auch zu ausgewählten Teilbereichen. Bei den Bürgerinnen und Bürgern bestehen aber deutliche Informationsdefizite, denen man im Rahmen der öffentlichen Kommunikation besser entgegenwirken müsste.

Europa vermitteln – jenseits von Frontalunterricht

„Jung und Neu sind gefragt. Kein Staat vermag alleine seine Versorgung mit Energie zu sichern. Keine Regierung schafft alleine den Kampf gegen den Klimawandel und für die Sicherheit. Diese und weitere Themen stehen auf der europäischen Agenda. Wer dafür öffentlich eintritt, verschafft sich demokratische Legitimation. Europa muss gelingen.“⁹

So argumentiert der Journalist Claus Reitan in einem Leitartikel, warum das europäische Integrationsprojekte bei all seinen Schwächen und Fehlern Unterstützung verdient. Inwieweit diese Unterstützung gewährt wird, hängt auch davon ab, wie gerade junge Menschen zur Partizipation angeregt werden. Engagierte Medienpädagoginnen und Medienpädagogen sind gefordert, Europa an die Jugend zu vermitteln – und zwar umfassend und gut zu vermitteln, mit neu entwickelten Konzepten jenseits von langweiligem Frontalunterricht. In der Bewältigung dieser Aufgabe liegt möglicherweise eine der wichtigsten paradigmatischen Herausforderungen, welche die Medienpädagogik noch lange in Atem halten wird und halten muss.

Ausgewählte Literatur und Quellen:

Renner-Institut (Hg.): Jugendstudie. Wien 2008.

Patrick Horvath: Die Feindbilder der Kronen Zeitung. In: Medienimpulse Nr. 56, Juni 2006, S. 30–32

Heinz Kienzl: Was steckt hinter dem irischen Nein?; http://cms.euro-info.net/received/_5191_Kienzl_Irland_020708.pdf

Claus Reitan: Europa muss gelingen! Leitartikel in: Die Furche von 26. Juni 2008

Wirtschaftskammer Österreich (Hg.): Legenden & Mythen rund um die Europäische Union ... und was wirklich dahintersteckt. Wien, Oktober 2007

7 Rest: gleich hoch oder unentschieden

8 Patrick Horvath, Der Nutzen des Euro – aktuelle Kommunikationsprobleme. Studie der WIWIPOL vom September 2008

9 Die Furche vom 26. Juni 2008

Dr. Patrick Horvath ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der „Arbeitsgemeinschaft für wissenschaftliche Wirtschaftspolitik“ (WIWIPOL) und u.a. mit Europaforschung befasst.