

Ethnologen und Journalisten: ungleiche Geschwister?

Auf Einladung des Pressereferats der DGV (Dr. Shahnaz Nadjmabadi, Institut für Ethnologie, Goethe-Universität Frankfurt und Dr. Richard Kuba, Frobenius Institut, Frankfurt) trafen am 11.02.2009 FachvertreterInnen der Ethnologie und VertreterInnen der Medien zu einer gemeinsamen Diskussionsrunde mit dem Titel „Krisen und Konflikte: Ethnologen als Experten für Hintergrund-Berichterstattung aus Krisenregionen“ im Funkhaus der Deutschen Welle in Bonn zusammen. Finanziert wurde die Veranstaltung von der VolkswagenSiftung

Als „Krisenländer“ waren Afghanistan und Pakistan ausgewählt, über die regelmäßig in den Medien berichtet wird - meist ohne dass ausgewiesene Ethnologen zu Wort kommen. Es ging aber auch um die generelle Präsenz von Ethnologen und ethnologischer Perspektiven in der deutschen Medienlandschaft.

Die Ethnologie war vertreten durch:

Prof. Dr. Christoph Antweiler (Universität Bonn)

Dr. Jeanne Berrenberg und Prof. Dr. Georg Pfeffer (Freie Universität Berlin)

Dr. Azam Chaudhary und Prof. Dr. Roland Hardenberg (Universität Tübingen),

Prof. Dr. Dorle Dracklé (Universität Bremen),

Dr. Bernt Glatzer (Wiss. Arbeitsgemeinschaft Afghanistan)

Prof. Dr. Karl-Heinz Kohl und Prof. Dr. Susanne Schröter (Institut für Ethnologie, Universität Frankfurt).

Katja Mielke und Dr. Conrad Schetter (Zentrum für Entwicklungsforschung, Bonn)

Die Medien waren vertreten durch:

Jörg Armbruster (Abteilungsleitung Ausland, SWR/Stuttgart)

Björn Blaschke (Redaktion WDR 3 Journal, WDR/Köln)

Günter Knabe (Journalist/Berlin),

Jürgen Kaube (Feuilleton, Wissenschaft, FAZ/Frankfurt)

Grahame Lucas (Leitung Südasien, Deutsche Welle/Bonn)

Stefan Niemann (Abteilungsleitung Ausland & Aktuelles, NDR/Hamburg)

Katja Riedel (Redaktion Außenpolitik, Süddeutsche Zeitung/München)

Dr. Willi Steul (Landessender-Direktion, SWR/Stuttgart)

Andreas Stopp (Redaktionsleitung Medien und Reise, Deutschlandfunk/Köln)

Luc Walpot (Leitung Redaktion „heute“, ZDF/Mainz)

In seiner Begrüßung sprach Felix Steiner (Zentrale Programmredaktion, Deutschen Welle) eines der Stichworte an, die die weitere Diskussion mitbestimmen sollten: das mediale Diktat der Komplexitätsreduzierung. Karl-Heinz Kohl in seiner Rolle als Vorsitzender der DGV stellte die Aufgabenfelder der Gesellschaft genauer vor und betonte, dass die stärkere Zusammenarbeit zwischen Fachvertretern und den Medien ein Schwerpunkt des aktuellen DGV-Vorstands sei. Shahnaz Nadjmabadi als Vertreterin des Pressereferats der DGV verwies auf ein ähnliches Zusammentreffen vor 10 Jahren in Heidelberg, dessen Ergebnisse in der Veröffentlichung „Die Mediamorphose der Ethnologie“ zusammen gefasst wurden. Seitdem habe sich sowohl die Medienlandschaft verändert als auch ein Generationswechsel in der Ethnologie stattgefunden. Doch bliebe die Frage offen, ob sich auch das Verhältnis zwischen den beiden Feldern geändert habe. Dabei hob sie hervor, dass diese erneute Begegnung zwischen Ethnologen und Medienvertretern nicht als Buhlen um mediale Anerkennung misszuverstehen sei. Es gehe nicht um Medienpräsenz um jeden Preis als vielmehr darum, Medienvertreter für das wenig genutzte ethnologische Wissenspotenzial zu sensibilisieren.

In den beiden regionalen Themensitzungen zu Afghanistan und Pakistan wurden die unterschiedlichen Positionen von Ethnologen und Medienvertretern diskutiert.

Die journalistische Arbeit wurde dahingehend kritisiert, dass Berichte oft mit unzulässigen Verallgemeinerungen hantierten, etwa beim pauschalen Gebrauch von Begriffen wie Taliban, Warlords, Mullahs oder Koranschulen. Die mediale Inszenierung impliziere starke Selektion; aus langen Interviews werden kurze Passagen ausgewählt, die dann aus ihrem Kontext gelöst nicht nur verkürzt sondern im schlechtesten Falle auch sinnentstellend präsentiert werden. Eine Kontrolle über das Endprodukt sei nicht möglich. Die eindimensionale Sicht der Journalisten, immer auf der Suche nach Geschichten, lasse jene Wahrheiten aus dem Blick geraten, die nicht den Interessen des Marktes entsprechen.

Ethnologen hingegen seien von einem grundlegenden Erkenntnisinteresse geleitet und profitieren vom Vertrauen ihrer Informanten, ihrer guten lokalen Vernetzung und ihren Sprachkenntnissen. Mehrfach wurde der unterschiedlichen Umgang mit Informanten angesprochen. Während den Journalisten nicht darauf ankomme eine längerfristige menschliche Beziehung aufzubauen, erhalten Ethnologen ihre Informationen durch ein auf Langzeitforschung beruhendes Vertrauensverhältnis. Es sei eine spezifisch ethnologische Stärke, Gesellschaften unter ihren lokalen Prämissen zu verstehen, anstatt sie mit fremdem Blick im Wesentlichen als defizitär darzustellen. Das Wissen der Ethnologen solle vermehrt genutzt werden, um stereotype Bilder von außereuropäischen Gesellschaften zu korrigieren, auf deren Grundlage sich die Öffentlichkeit häufig ihre Meinung bildet. Dabei wollen Ethnologen nicht nur als anonyme Wissenslieferanten angezapft werden, wohingegen sich Journalisten Hintergrundinformationen von Ethnologen wünschen, ohne dass diese immer genannt werden müssten.

Die Journalisten verwarnten sich vor genereller „Medienschelte“. Sie arbeiteten unter enormen Zeitdruck und „internationale“ Themen konkurrieren – etwa im Falle der Bildmedien – mit anderen Themenbereichen um knappen Sendeplätze. Dabei kommt es fast zwangsläufig zu einer Dominanz des Politischen. Darüber hinaus stellten die Journalisten ihrerseits kritisch fest, dass Ethnologen wenig medienkompatibel seien. Sie könnten nicht knapp und verständlich schreiben wo kurze lesbare Texte für eine überwiegend nicht akademisch gebildete Klientel gefragt seien. Die meisten journalistischen Formate benötigen relativ kurze Statements zu präzisen Themen wie

etwa dem „Schuhwurf von Bagdad“ oder zur Mädchenbeschneidung. Dabei sollten Ethnologen sich nicht scheuen, auf die Medien zugehen und aufzuklären. So sei etwa die Mithilfe von Ethnologen bei der Aufdeckung von Inszenierungen sehr erwünscht, die zum Teil speziell für die westliche Presse aufgeführt werden. Generell wurde festgestellt, dass gute Berichterstattung nur dann möglich sei, wenn man über die Perspektive des Anderen Bescheid wisse. Genau dies sei den Ethnologen möglich, da sie sich der kulturellen Filter bewusst seien und keine vorschnellen Wertungen vornähmen.

In der großen Diskussionsrunde am Nachmittag wurden vermehrt die Gemeinsamkeiten von Ethnologen und Medienvertretern betont und nach konkreten Wegen der Zusammenarbeit gesucht.

Dabei spielte auch die Frage eine Rolle, warum etwa die Politologie oder die Islamwissenschaften – ausgesprochen erfolgreich in den Medien agierten. Von Ethnologen wurde der Verdacht geäußert, dass die kulturellrelativistische Sichtweise verunsichere, wohingegen beispielsweise Politologen von den eigenen kulturellen Modellen ausgehen und damit eher auf der Ebene der Medienkonsumenten ansetzen. Von Seiten der Medienvertreter wurde selbstkritisch angemerkt, dass viele Journalisten sich durchaus auf eingefahrenen Schienen bewegen, sich die Berichtsagenda von den großen (angloamerikanischen) Presseagenturen vorgeben lassen und auf einen überschaubaren Kreis bewährter und erprobter „Experten“ zurück greifen.

Gleichwohl haben beide, Journalisten wie Ethnologen ein grundsätzliches Interesse nicht nur an Wissensvermittlung sondern auch an Erkenntnis. Quellen außerhalb der übliche Politikberatung sind durchaus willkommen und Ethnologen prinzipiell als qualifizierte Interviewpartner gefragt.

Abschließend wurden von Seiten der Journalisten folgende Wünsche geäußert: Es sei wichtig, dass Ethnologen Schulungen und Seminare wahrnehmen, um ihre Medien-Kompetenzen auszubauen. Ethnologische Beiträge sollten sich möglichst konkret auf Ereignisse und bestimmte Daten beziehen - Aktualität sei ein Stück weit planbar. Auch müssten persönliche Kontakte, die im Medienbereich einen wichtigen Stellenwert einnehmen, gepflegt werden.

Die Ethnologen fassten ihre Erkenntnisse folgendermaßen zusammen: Sie sollten aktiv mit Angeboten auf die Medien zugehen bzw. sich auch gezielt darüber informieren, welche Informationen benötigt werden. Medienpräsenz sei auch eine Transferleistung von Ethnologen an die Gesellschaft, wiewohl es keinen aktuellen Verwertungszwang von ethnologischen Erkenntnissen gäbe. Für die DGV wurde angeregt, einen dotierten Preis für den besten Medienbeitrag über ein ethnologisches Thema bzw. für die beste journalistische Arbeit eines Ethnologen auszuloben. Als strukturelle Maßnahme sei die Finanzierung einer dauerhaften Pressestelle innerhalb der DGV wünschenswert, eine medienkompatible Online-Präsenz der Ethnologie mit aktueller Expertendatenbank sowie regelmäßige Treffen in kleinen themenbezogenen Arbeitskreisen.

Am Ende des Tages schienen die ungleichen Geschwister Ethnologie und Journalismus versöhnt. Um das Verhältnis zwischen beiden mit maximal reduzierter Komplexität auf den Punkt zu bringen: Journalisten wissen wenig, erreichen aber viele; Ethnologen wissen viel, erreichen aber wenige. Von einer Zusammenarbeit können beide profitieren.