

Nachhaltigkeit in den österreichischen Medien

Wissenschaft, nein danke

Von *Martina Erlemann, Markus Arnold und Karin Chladek*

_____Medien bestimmen mit, welche Themen in der Gesellschaft als dringlich oder zumindest diskussionswürdig angesehen werden. (1) Themen der nachhaltigen Entwicklung haben es dabei schwer. Unter Journalist(inn)en gilt der Begriff als schwammig und schwer fassbar. Auch in den Wissenschaften sind die Vorstellungen darüber, wie das Leitbild der Nachhaltigkeit genau zu definieren sei und welche praktischen Konsequenzen sich daraus ergeben, nicht einheitlich. Das in der Umweltkommunikation noch immer gängige Modell, wonach aufgeklärte Bürger(inne)n medienvermittelte Erkenntnisse aus den Wissenschaften in ihrem Alltag willig umsetzen, gilt als überholt. Die Gründe dafür sind in der medialen Logik und der Skepsis der Bürger und Bürgerinnen gegenüber der Bevormundung durch Expert(inn)en zu suchen. Denn Medien, vor allem Massenmedien, knüpfen in ihrer Berichterstattung an die kulturellen Vorstellungen ihres Publikums an: Im Vordergrund steht hier, was dieses für wichtig und notwendig hält. Gerade auch, wenn es um Themen wie Zukunftssicherung und eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft geht. Anhand der österreichischen Berichterstattung am Beispiel Überschwemmungen und Ernährung zeigt sich, mit welchen kulturellen Vorstellungen sich Nachhaltigkeit in den Medien in der Regel verbindet.

Zur Demut vor der Natur ermahnt

Wenn es um eine nachhaltige Entwicklung geht, greifen österreichische Medien meist auf nationale Symbole und die österreichische Identität zurück. Zum Beispiel bei der Berichterstattung über Katastrophen wie Hochwasserereignisse. Die solidarische Gemeinschaft wird gegen drohende Gefahren verteidigt und die „gute“ Vergangenheit als Modell für die Zukunft des Landes idealisiert. Sowohl die hoch gelobte Vergangenheit wie auch die solidarische Gemeinschaft markieren die Medien als typisch österreichisch. Gerade die vielgelesenen Boulevardzeitungen konzentrieren sich in ihrer Berichterstattung der Hochwasser der Jahre 2002, 2005 und 2006 auf die Solidarität zwischen Opfern und Helfer(inne)n. Zugleich verbinden sie die Forderung nach Solidarität auch mit der Kritik an jenen, die die Ursachen in vergangenen Fehlern suchen und damit Streit säen und die Gemeinschaft gefährden. Unsolidarisch ist, wer nach Verantwortlichen sucht: Hier lehnen die Berichtenden Fragen nach Verantwortlichkeiten sowie Veränderungen der Umwelt, auf die die Hochwasser zurückzuführen sein könnten, explizit ab. Stattdessen wird Demut vor der Natur angemahnt: „Der Mensch sucht immer nach Schuldigen. Die Naturgewalt ist aber nicht berechenbar. Man muss auch Demut vor

der Naturgewalt zeigen. Natürlich hat der Mensch auch Fehler gemacht. Aber Hochwässer hat es vor Jahrhunderten auch schon gegeben.“ (Niederösterreichische Nachrichten, 13.08.2002). Die Frage nach Verantwortlichen setzen manche Kommentator(inn)en sogar mit der Suche nach Sündenböcken gleich: „Es erinnert an die alten Sündenbock-Geschichten. Wenn in mittelalterlicher Zeit eine Dürre auftrat, [...] war es die Hexe in der Nachbarschaft.“ (Vorarlberger Tageszeitung 25.08.2002). In vielen regionalen Boulevardmedien herrscht die Meinung vor, die Frage nach Gründen und Verantwortlichkeiten wäre angesichts der menschlichen Dimension der Katastrophe unangemessen. Die Suche nach neuen Lösungen für das Hochwasserrisiko ist kein Thema. Wissenschaft und Forschung werden kaum als relevante Faktoren zur Lösung des gesellschaftlichen Problems – hier des Hochwassers – wahrgenommen, sondern höchstens als Lieferanten von ergänzendem Wissen. Die relevanten Aspekte sind viel mehr der soziale Zusammenhalt in der Region und die Wiederherstellung des Zustands vor dem Hochwasserereignis, inklusive einer moralischen und sozialen Ordnung. Fotos von selbstlosen Feuerwehrmännern, die gegen die Fluten kämpfen und von Frauen, die die Opfer mit Essen und warmen Decken umsorgen, dominieren die Berichterstattung. Wissenschaftliche Aussagen über Ursachen, die meist mit Objektivität oder aber Emotionslosigkeit assoziiert werden, werden sogar als mitleidlos und unmoralisch zurückgewiesen. Dagegen berichten Qualitätsmedien gerade auf Basis ihres Anspruchs, objektiv sein zu wollen, sehr wohl über wissenschaftliche Aussagen und sogar Kontroversen.

Bio als Symbol österreichischer Identität

Dass die Mobilisierung der Bevölkerung angesichts großer Gefahren mit nationalen Symbolen von bedrohter Heimat und nationaler Identitäten noch immer möglich ist, ist kein österreichisches Spezifikum. Man denke nur an Al Gores Film „Eine unbequeme Wahrheit“, in dem der aus einer wohlhabenden Familie stammende Gore sich mit Fotos von seinem elterlichen Landsitz als typischer amerikanischer Farmerjunge inszeniert und in einer der zentralen Schautafeln die globale Klimaerwärmung mit wichtigen Ereignissen aus der nationalen Geschichte der USA verbindet. Aber nicht nur bei Katastrophen, wenn Ängste durch die Inszenierung von Solidarität genommen werden sollen, sondern auch dort, wo Käufer(innen) zum Griff nach ökologischen, aber teureren Produkten motiviert werden sollen, zitieren österreichische Medien – nach dem Vorbild der Werbung – Bilder und Erzählungen nationaler Identität. Nicht von ungefähr, denn in Umfragen nennen Österreicher(innen) im-

mer wieder die österreichische Lebensart, das Essen und die Landschaft, wenn sie gefragt werden, auf was sie in ihrem Land stolz sind. Bio-Landwirtschaft und der Konsum von Bio-Produkten österreichischen Ursprungs werden so mit starker medialer Unterstützung zur Konstruktion österreichischer Identität herangezogen und oft in Kontrast zur EU-Politik und zur USA gesetzt – am deutlichsten in der Kronenzeitung: „Steile Wiesen, karge Böden, hartes Brot – jetzt weiß auch EU-Kommissarin Marian Fischer Boel, was es heißt, in Österreich Bergbauer zu sein. Genau das hatte Minister Josef Pröll bei einer gemeinsamen Hofbesichtigung bezweckt: Denn die EU will die Umweltförderungen für heimische Öko-Landwirte massiv streichen.“ (Kronenzeitung, 20.05.2005) Diese Assoziation von österreichisch mit Bio könnte ein Grund dafür sein, warum gerade Österreich bei Produktion und Konsum von Bio-Lebensmitteln im internationalen Vergleich weit vorne liegt. (2) Nachhaltige Ernährung wird so in den Medien zum Synonym für traditionelle österreichische Lebensweise und Landwirtschaft.

Idealisiertes traditionelles Wissen

Diese Art der Berichterstattung folgt einer eigenen Logik, welche gerade wissenschaftliche Expertise gegenüber traditionellem Wissen abwertet. Generell wird in der Berichterstattung der österreichischen Printmedien über Ernährung angeblich traditionelles Wissen von Laien höher bewertet als wissenschaftliche Erkenntnisse. Dies, obwohl es zahlreiche wissenschaftliche Meldungen zum komplexen Thema Ernährung und Landwirtschaft gibt. Vor allem in der Boulevardpresse werden diese Meldungen aber oft nur als Bestätigung dessen, was angeblich schon lange dem traditionellen Wissen der Landbevölkerung bekannt sei, rezipiert: „Dass aus dem bäuerlichen Spezialitäten-Kabinett der biologisch produzierten Lebensmittel nicht nur Wohlgeschmeckendes kommt, sondern auch Gesünderes, das belegen viele Studien. Wundern tut sich Stefanie Pischler, Biobäuerin aus Hitzendorf, darüber nicht: Über eine Langzeitstudie aus Neuseeland, die „wissenschaftlich“ genau das sagt, was die Landwirtin vom „Lernen durch Tun“ schon kennt.“ (Kronenzeitung, 15.09.2004) Da eine solche Erzählweise über das Wissen einzelner Bauern leicht personalisierbar ist, kommt sie der medialen Logik entgegen. Der innovativen Rolle von Wissenschaft als Grundlage einer zukünftigen nachhaltigen Ernährung wird von den Medien nur wenig Beachtung geschenkt.

Aber auch angesichts eines Hochwassers können Boulevardmedien den Common sense unter den Bürger(inne)n gegen die Expertise der Wissenschaften ausspielen. Wobei diese Art der medialen Kritik der vermeintlich elitären Wissenschaft eine zweideutige ist: Kritisiert werden die Wissenschaftler(innen) als Personen, aber das, was als Alltagswissen der Wissenschaft entgegeng gehalten wird, ist inhaltlich oft gar nicht so verschieden von den Aussagen der Forschenden: „Wieviel Schuld hat der Mensch an dem Katastrophewetter? Die Wissenschaftler sind uneinig. Dabei sagt einem der gesunde Menschenverstand, dass 200 Jahre Industrialisierung nicht folgenlos bleiben konnten.“ (Kronenzeitung, 22.8.2002) Der entscheidende Unterschied liegt also in der Person des Experten oder

der Expertin: Nicht die Wissenschaft soll die Expertise und damit die Autorität über die gesellschaftliche Entwicklung und ihre politischen Reformen haben, sondern der gesunde Menschenverstand und die „kleinen Leute“, wie sie die Kronenzeitung immer wieder nennt.

Die Rolle von Wissenschaft in der medialen Kommunikation entspricht kaum dem simplen Aufklärungsmodell. Wissenschaftliche Erkenntnisse werden zumindest von österreichischen Massenmedien bei Themen der Nachhaltigen Entwicklung nicht höher bewertet als andere Formen von gesellschaftlichem Wissen, allenfalls werden sie als interessante Ergänzung oder Bestätigung von traditionellem Wissen begriffen. Gerade wenn es wie bei der Nachhaltigkeit darum geht, aus dem Wissen Konsequenzen für die eigenen Lebens- und Konsumgewohnheiten zu ziehen. Dies müsste die Nachhaltigkeits- und Umweltkommunikation stärker berücksichtigen um zu verstehen, wie Nachhaltigkeit von den Medien und der Gesellschaft aufgegriffen wird – und warum manche Kommunikationsstrategien nicht funktionieren. —————

Anmerkungen

(1) Die Daten und Analysen dieses Artikels gehen auf das von 2006 bis 2009 laufende Forschungsprojekt Wissenschaftskommunikation der Nachhaltigkeit zurück, das vom Österreichischen Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung finanziert wird.

(2) Laut „The World of Organic Agriculture 2007“ des Schweizer Forschungsinstituts für biologischen Landbau bringen 14 Prozent der Agrarfläche Österreichs kontrollierte Bio-Produkte hervor, soviel wie in keinem anderen Staat außer Liechtenstein.

Zum Autor, zu den Autorinnen

Markus Arnold, geb. 1963, ist Philosoph, Wissenschaftsforscher und seit 2006 außerordentlicher Professor am Institut für Wissenschaftskommunikation und Hochschulforschung der Universität Klagenfurt, wo er das Forschungsprojekt Wissenschaftskommunikation der Nachhaltigkeit leitet.

Martina Erlemann, geb. 1968, Diplom-Physikerin und promovierende Soziologin, ist wiss. Mitarbeiterin am o.g. Institut für Wissenschaftskommunikation und Hochschulforschung und arbeitet seit 2006 auch am Wissenschaftszentrum Umwelt der Universität Augsburg.

Karin Chladek, geb. 1972, Anglistin und Germanistin, ist als Journalistin und Mitarbeiterin des Forschungsprojekts sowie von respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung tätig. Ihre Schwerpunkte sind Wissenschaft, Umwelt, Internationale Entwicklung, Tourismus und Tourismuspolitik.

Kontakt

Dr. Markus Arnold
Institut für Wissenschaftskommunikation und Hochschulforschung
der Universität Klagenfurt (am Standort Wien)
Schottenfeldgasse 29
A-1070 Wien
Fon ++43/(0)1/522 40 00 -526, Fax -577
E-Mail markus.arnold@uni-klu.ac.at