

# Die Medien – die unbekanntenen Wesen...

Media – the Unknown Beings...

Günther Bahr

## Zusammenfassung

*Medienvertreter werden von Mitgliedern von Einsatzorganisationen häufig als Feindbilder betrachtet. Schuld daran sind häufig negative Erfahrungen am Einsatzort, die aus den unterschiedlichen Aufgabensstellungen resultieren. Einsatzkräfte wollen helfen, Journalisten berichten. Der Artikel versucht, ein gegenseitiges Verständnis zu schaffen und eine Brücke zu schlagen, um die Situation am Einsatzort zu entspannen.*

## Abstract

*Emergency Medical Services often regard journalists as enemies. This is based upon negative experiences on the spot. Emergency Services are intended to help, Journalist want to get a good story. The author tries to create mutual understanding. He tries to build a bridge to achieve easing of tension.*

Vor einiger Zeit habe ich in Lehrgängen „Psychotraumatologie“<sup>(1)</sup> sowie „Rettungsdienst-Management“ an der Donau-Universität in Krems die TeilnehmerInnen gebeten, Journalisten Eigenschaften zuzuordnen.

Es kamen – wie ich es erwartet hatte – Begriffe wie: penetrant, stören die Arbeit, sind lästig, kommen immer zum unpassenden Zeitpunkt, haben keine Ahnung, worüber sie berichten, etc...

Würde man die Frage umdrehen und JournalistInnen stellen – beschreiben sie Einsatzkräfte! – käme es ähnlich: nicht kooperativ, behindern die Arbeit, schirmen ab, blocken, etc...

## 1. Worauf ist diese gegenseitige Geringschätzung zurück zu führen?

Die Ursache scheint auf der Hand zu liegen: die Tätigkeitsbereiche am Einsatzort sind zu kontroversiell: die Einsatzkräfte haben die Aufgabe, das Wohlergehen – physisch und psychisch – der Opfer zu fördern. Die Journalisten wiederum haben das Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit im Auge.

Nach Jahrzehnten als Journalist UND ehrenamtlicher

Rettungsdienst-Mitarbeiter glaube ich, beide Seiten ausreichend zu kennen, um – vielleicht – das gegenseitige Verständnis zu fördern. Ergebnisse in der Einsatzarbeit machen mir Mut. Das Wissen um die Aufgaben – aber auch Probleme – der jeweils anderen Seite fördert das gegenseitige Verstehen.

## 2. Wollen wir es versuchen?

Der Großteil der JournalistInnen sind so genannte „freelancer“, das heißt, sie arbeiten auf Honorarbasis für den einzelnen Beitrag. Sie hängen also davon ab, eine gute Story (eine gute Aufnahme) zu bringen, die nach Möglichkeit niemand anderer hat. Formulieren wir es positiv: der Journalist (die Journalistin) ist beseelt vom Wunsch nach einer guten Story. Einer einzigartigen Story.

## 3. Was ist für Journalisten interessant?

Alles, was nicht selbstverständlich ist, alle Superlative: der Größte, die Kleinste, das Hässlichste, die Schönste... In der Medienbranche gibt es eine uralte Regel aus dem angelsächsischen Sprachraum: „Only bad news are good news!“

Wen wundert's, wenn Journalisten manchmal dazu neigen, aus Ereignissen Superlative „zu machen“?

Je schrecklicher das Ereignis, je unappetitlicher die Details, desto eher werden die Konsumenten den Bericht verschlingen – und damit die Auflage (Einschaltquote bei den elektronischen Medien) steigern.

Ein Fotoreporter am Unfallort (Originalton): „Kannst mir nicht ein Foto vom abgetrennten Unterschenkel ermöglichen?“

Ich erinnere mich gut an die Ermahnung meines ersten Herausgebers und des Chefredakteurs, die mir „journalistische Ethik“ nahe brachten. Im Zeichen der immer härteren Konkurrenz auf dem Medienmarkt ist dieser Begriff offenbar langsam aber sicher in Vergessenheit geraten...

## 4. Es geht ums Geld.

Da ist es wohl kein Zufall, dass – vor der Zeit der elektronischen Übertragung von Fotos über den Laptop – ein Pressefotograf dem Zerberus, der ihn (zu seiner eigenen Sicher-