



Klarstellung von ARD-Generalsekretärin Dr. Susanne Pfab

## Was hat es mit dem so genannten "Framing Manual" auf sich?

Als Medienverbund, der tagtäglich mit Sprache arbeitet, ist es für die ARD selbstverständlich, sich mit Begriffen und ihrer Wirkung zu beschäftigen – auch in Bezug auf die Kommunikation über sich

selbst. Vor etwa zwei Jahren hatte die damalige ARD-Geschäftsführung unter Vorsitz des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) die Sprachforscherin Dr. Elisabeth Wehling gebeten, ihre wissenschaftliche Sicht einzubringen.

Daraus ist 2017 eine Arbeitsunterlage entstanden, welche mit "Framing Manual" überschrieben ist. Aufgrund des **missverständlichen Titels** ist diesem von Frau Dr. Wehling entworfenen Papier nun allerhand Bedeutung zugeschrieben worden. Es handelt sich ausdrücklich weder um eine neue Kommunikationsstrategie noch um eine Sprach- oder gar Handlungsanweisung an die Mitarbeitenden, sondern um Vorschläge aus sprachwissenschaftlicher Sicht. Es ist eine Unterlage, die Teilnehmenden ARD-interner Workshops im Vorfeld als Diskussionsgrundlage und Denkanstoß zur Verfügung gestellt wird. Die Aufregung um dieses Papier funktioniert nur, wenn man diesen Kontext nicht kennt oder ignoriert. Auch deswegen ist die Unterlage von Frau Dr. Wehling **zur Weitergabe völlig ungeeignet**.

## Begriffe und ihre Wirkung offenlegen

Die Arbeitsunterlage macht unter anderem darauf aufmerksam, dass es sinnvoll sei, über sprachliche Formulierungen auch die dahinterstehenden Werte offenzulegen. Die Formulierung „öffentlich-rechtlicher Rundfunk“ enthält beispielsweise keinerlei inhaltliche Aussage, außer die rechtliche Organisationsform zu benennen. "Unser gemeinsamer freier Rundfunk" weist hingegen auf den gemeinwohlorientierten Auftrag der ARD für die gesamte Gesellschaft hin. Medienanbieter, die ein kommerzielles Geschäftsmodell verfolgen, auch als "kommerziellen Rundfunk" zu bezeichnen, ist für mich konsequent und stimmig.

## Verantwortungsvoller Umgang mit Sprache

Dagegen lehne ich Begriffe wie „medienkapitalistische Heuschrecke“, "Profitzensur" oder "ungezügelter Rundfunkkapitalismus" für uns im Gebrauch der Sprache und der Bilder, die sie erzeugen, klar ab. In den vergangenen Jahren hat nach meiner Kenntnis nicht ein Vertreter der ARD jemals solche Bezeichnungen verwendet. Ich hielte das auch für unpassend.

In dem Workshop-Angebot für Mitarbeitende geht es darum, für den verantwortungsvollen Umgang mit Sprache zu sensibilisieren. Das menschliche Gehirn sucht stets nach einem Rahmen, der auch eine Deutung ermöglicht. Das geschieht immer und überall, da unser Kopf Sprache nur in Bildern erfassen kann. Ein Rahmen ohne Bild bleibt hingegen nur ein leerer Rahmen. Fakten und inhaltliche Argumente stehen immer im Vordergrund. Überzeugen müssen und wollen wir mit unserem Angebot für alle.

Stand: 17.02.2019, 14.15 Uhr