

Buch, Presse und andere Druckmedien

Gabriele Bartelt-Kircher, Hans Bohrmann, Hannes Haas, Otfried Jarren, Horst Pöttker, Siegfried Weischenberg: Krise der Printmedien: Eine Krise des Journalismus?

Berlin/New York: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG 2010 (Reihe Dortmund Beiträge zur Zeitungsforschung, Bd. 64), 118 S., ISBN 978-3-11-023107-6, 39.95 €

Über die in den USA grassierende, auch hier zu Lande allmählich spürbare Krise der Printmedien, vor allem der Tageszeitungen, ist schon heftig debattiert und publiziert worden (auch in dieser Zeitschrift). Im Frühjahr 2009 lud auch der Förderverein des in Dortmund ansässigen Instituts für Zeitungsforschung vier renommierte Kommunikationswissenschaftler zu diesem Thema ein, um – wie der Leiter, Hans Bohrmann, in seiner Einführung bekundet – „etwas Ordnung“ (S.20) in die vielfältig und kontrovers gehandelten Diagnosen und Prognosen zu diesem Thema zu bringen. Und explizit lobt er den Verlag für die ungewöhnlich „zügige Drucklegung“, damit die Positionen in die Öffentlichkeit gelangen, zur „Meinungsbildung“ und „vertieften Diskussion“ (S.12) anregen können. Doch die notorische Hochpreispolitik dieses Verlages auch bei dem vorliegenden schmalen Band dürfte seiner größeren Verbreitung über die Fachwelt hinaus nicht gerade förderlich sein.

Inhaltlich hätten die Einschätzungen und Positionen kaum unterschiedlicher ausfallen können, und daher dürften die von Bohrmann erwähnten „kontroversen Debatten“ (S.10) über die vier Beiträge, die hier nicht dokumentiert sind, mindestens so spannend gewesen sein wie jene selbst. Denn wer Otfried Jarren (Zürich), Siegfried Weischenberg (Hamburg), Hannes Haas (Wien) und Horst Pöttker (Dortmund) aus ihren zahlreichen anderen Einlassungen sowie ihre theoretischen Positionen ein wenig kennt, dürfte von ihren Stellungnahmen hier kaum überrascht sein. Allen gemeinsam ist, dass sie die anhaltende Krise für so substantiell halten, dass sie eilige und meist formale Retuschen, wie sie die Verlage mit ihren *Relaunches*, mit zusätzlichen Serviceofferten und Produkten sowie mit Ausweichstrategien ins *Infotainment* versuchen, für nicht ausreichend und zukunftsfähig erachten. Dafür halten die Kommunikationswissenschaftler im Gegenteil die kommunikativen Leistungen und die demokratiebezogenen Funktionen des so genannten Qualitätsjournalismus hoch und wollen sie sogar ausbauen. Hilfreich ist ihnen dabei die in der Journalistik schon länger strittig diskutierte Trennung von Journalismus und Medien, von meritorischem Gut und Kommerz, die auch über diese Krise gerettet werden soll und von der sie sich neue Impulse und Geschäftsmodelle versprechen. Doch wenn Medien die Produktion

von Journalismus nicht mehr finanzieren und seine Verbreitung ans Publikum bewerkstelligen (können), mag der Journalismus seine hehren Prinzipien weiter verfolgen, nur er bleibt ohne Öffentlichkeit und gesellschaftliche Wirkung, und leben lässt es sich von ihm auch nicht mehr.

Mit einem spezialisierten Institutionsansatz trennt Otfried Jarren den Journalismus von den Medienkonzernen und diagnostiziert die gegenwärtige Krise scharf vor allem als eine der schwerfälligen Presseunternehmen, da sie „ihren anerkannten Status einbüßen, indem sie statt auf Organisations- und Produktvielfalt auf organisatorische Homogenität und auf Einfachheit gesetzt haben.“ (S.14) Oder – in etwas deutlicheren Worten –: die Branche habe infolge vieler fetten Jahre die anhaltende Medienentwicklung verschlafen, sich nicht mehr um ihre publizistische „Leitidee“ (S.15) gekümmert, ja sich gegen Funktions- und Selbstverständigungsdebatten abgeschottet und stelle nun erstaunt fest, dass ihre essentiellen gesellschaftlichen Funktionen in andere Medien abgewandert seien: „In der Kommunikationsverweigerung liegt der eigentliche Kern- und Ausgangspunkt der Krise, zumindest von Pressewirtschaft und Pressejournalismus“ (S.20), konstatiert Jarren unnachgiebig. Den Journalismus als ganzen sieht er (noch) nicht bedroht, weil – und hier wechselt die Tonart unmerklich von der klaren Diagnose ins Appellativ-Normative – er als „soziale Institution“ Leistungen, z.B. „Selektions- und Thematisierungsfunktionen“, bereitstellt, die die Gesellschaft benötigt (S. 21). Deshalb könne die Presse aus ihrer „selbstgebauten Wohlstandsfalle“ mit zwei Projekten herauskommen: mit der „Revitalisierung der licence to operate“ und „der Neugründung publizistischer Organisationen“. (S.27) Ob das ausreicht?

Ganz im Gegenteil hierzu sieht der Hamburger Journalismus-Insider Siegfried Weischenberg das existentielle Ende des konventionellen Journalismus und der ihn lange Zeit tragenden Printmedien, und zwar nicht erst seit den jüngsten Turbulenzen, sondern schon seit etwa 20 Jahren, ohne dass man es richtig gemerkt habe. Dafür verantwortlich macht er „völlig veränderte Kommunikationsverhältnisse“ (S.37) seit den 1980er Jahren, die die Digitalisierung, das Internet und veränderte Informationsangebote bewirkt und damit die Monopolrolle des Journalismus als Informationsbeschaffer und *Gatekeeper* abgelöst haben. Um diese These zu belegen, liefert Weischenberg zunächst einen gehaltvollen Abriss der Entwicklung des Berufs Journalist seit dem 17. Jahrhundert bis zu seinen Studien über Journalismus heute, dessen bedenklichen Zustand er mit einigen markanten Thesen kennzeichnet: Verlust der Glaubwürdigkeit und Identität, „déformations professionnelles“ (S.47), Tendenz zu Boulevard, Selbstdarstellung und PR, Schwinden der ökonomischen Basis, da die (anzeigenfinanzierte) Zeitung ein auslaufendes Geschäftsmodell geworden ist etc. (S.50). Dagegen entwirft er ein grandioses Forschungsprojekt, um diverse „Probleme der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung durch Journalismus“ (S.51) zu bearbeiten. Ob es mithilfe kann, dem Journalismus eine Zukunft zu ermöglichen und Konzepte für ihre Umsetzung zu entwerfen, müsse einstweilen offen bleiben.

Eine Krise des Journalismus kann der Wiener Hannes Haas nicht erkennen, zum einen weil – wiederum appellativ – „Journalismus unverzichtbar ist und bleiben wird“ (S.62) und zum anderen weil sie bei den Medien in Österreich noch nicht angekommen sei (was er allerdings mit überholten Zahlen von 2007/2008 belegt). Zwar seien überall bedenkliche Tendenzen auszumachen – etwa die „Privatisierung der Öffentlichkeit“ (S.71), die „Quotenlogik“ als Akzeptanz- und Qualitätsausweis (ebd), „Ökonomisierung und Entmeritorisierung“ (S.72), „Stagnationen und Resignationen“ (S.73), aber nach wie vor seien die zentralen Funktionen des Journalismus – nämlich „Aufklärung, Kontrolle und Erkundung“ (S.77) – unentbehrlich und als „gesellschaftlicher Mehrwert“ nicht hoch genug zu bewerten. Deshalb brauche Journalismus PR für sich selbst, um seine Leistungen Wirtschaft, Publikum und Gesellschaft unentwegt vor Augen zu führen.

Abermals konträr dazu diagnostiziert Hort Pöttker eine doppelte Krise von Presse und Journalismus, wenn man das Attribut wörtlich als „Gipfel- und Wendepunkt einer existenziellen Gefährdung“ nimmt, „deren Überwindung Veränderungen erfordert.“ (S.82) Der Journalismus werde diese Transformationen wie zuvor schon andere Medienumbrüche schaffen, da er sich „in erster Linie einem fundamentalen Bedarf moderner Gesellschaften an Öffentlichkeit“ verdankt, „den keine Medienentwicklung zum Verschwinden bringt.“ (S.82) Da wird erneut jenes funktionale oder gar moralische Apriori bemüht, das offenbar keiner Begründung oder gar empirischer Beweisführung mehr bedarf: Als ob es nicht auch ‚moderne‘ Gesellschaften auf dieser Welt gibt und gegeben hat, die weitgehend ohne jenes Funktionskonglomerat auskommen müssen oder mussten, das hier äußerst vage mit Öffentlichkeit beschworen wird; und als ob sich jene ‚Öffentlichkeit‘ nicht ständig wandelt und (de)formiert, so dass sie allen möglichen Funktionen dient – da müsste also noch intensiv analytisch gearbeitet werden! Theoretisch führt Pöttker zwei Herausforderungen an: zum einen die anhaltende Medienentwicklung („Medialisierung“, S.85), die den Journalismus selbst „zur strukturellen Bedingung, ja zur Ursache von Ereignissen und Zuständen“ (S.86) macht, „über die er berichtet, und zwar bloß, weil er darüber berichtet oder berichten wird“ (Ebd.), also die wachsende Selbstreferentialität der Medien in der Mediengesellschaft; zum anderen – immerhin – die unaufhaltsam um sich greifende Ökonomisierung der journalistischen Arbeit, die zwar in den Gründungsphasen erforderlich war, um Journalismus überhaupt als Beruf und Branche zu ermöglichen, gegen die aber derzeit wohl nur normative oder gar moralische Appelle aufgeboten werden können: Pöttker wünscht sich mehr Unabhängigkeit als journalistisches Selbstverständnis, „Äquidistanz“ zu Politik und Ökonomie (S.89) oder „eine neue publizistische Gründerzeit“. (S.91) Empirisch sucht er in einer Sekundäranalyse von Daten einer Journalistenerhebung in Nordrhein-Westfalen nach einem veränderten, reformbereiten Selbstverständnis und findet ein „beachtliches Maß an Autonomiebewusstsein“, an „Eigensinn“ und beruflicher Identität bei den Probanden (S.110) – ganz im Gegensatz zur Kritikimmunität und Innovationsträgheit der medialen Institutionen.

Geradezu kontraproduktiv hinsichtlich der subjektiven Anforderungen an das journalistische Selbstverständnis, aber wie eine unfreiwillige, weil modisch verbrämte Bestätigung der Reformresistenz der Medienkonzerne lesen sich die knappen Ausführungen der Leiterin der (WAZ-)Journalistenschule Ruhr über die „journalistische Ausbildung als Herausforderung“. Sie könnten aus jedem hauseigenen, stromlinienförmigen PR-Prospekt stammen und fallen weit unter das Niveau der anderen Beiträge: Zukünftige Redakteure müssten in Stand gesetzt werden, den „derzeitigen ‚Aderlass‘ an Erfahrung und Routine durch einen Mix aus Praxis und Wissenschaft zu ersetzen.“ (S.116) Und: die zu verstärkende „cross-mediale Redaktionsarbeit in allen Lokalredaktionen am Regio- und Content-Desk“ bedarf „einer ganz neuen Vernetzung von Online- und Print-Produktion“, „um den Nutzerprofilen im Online-Medium gerecht werden zu können.“ (S.117) Wenn WAZ-Volontäre in Essen so geschult und beeinflusst werden, dann dürfte es um das mehrfach eingeforderte Berufs- und Selbstverständnis, um jene Unabhängigkeit und jenen Eigensinn der künftigen Journalisten nicht gut bestellt sein und die Krise dürfte eher weiter schwelen. Warum Hans Bohrmann eingangs diese haltlosen Phrasen als plausible Postulate für die „Notwendigkeit der fundierten Journalistenausbildung“ lobt (S.11), ist unerklärlich; es sei denn, sein Lob repräsentiert eine Dankesgeste an den (mit)finanzierenden Konzern. Aber dann hätten die hehren Prinzipien des viel beschwornen Journalismus, nämlich Transparenz und Redlichkeit, geboten, solche Verbindlichkeiten öffentlich zu erwähnen.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)