

Ist die Krise der Printmedien eine Krise des Journalismus?

Tagung des Instituts für Zeitungsforschung

Dortmund, 17. April 2009

Das Institut für Zeitungsforschung Dortmund hat durch seine jährliche Frühjahrstagung die jüngste Zuspitzung der seit langem diskutierten Frage nach der Zeitungszukunft aufgenommen. Bereits vor Jahrzehnten hatten geisteswissenschaftliche Forscher wie Marshal McLuhan (Canada) ein Ende der „Gutenberg-Galaxis“ prophezeit. Die Belege waren allerdings schmal und liefen vor allem auf die Behauptung (bewegtes) Bild/Fernsehen schlägt den Druck hinaus. Heute geht es aber viel konkreter darum, dass die (kostenlose) Internet-Welt die Aufmerksamkeit der Leser zu absorbieren droht, dass sich zumal junge Menschen immer weniger als Leser verstehen und dem entgeltlichen wie dem unentgeltlichen Print „ade!“ sagen. Dadurch ist die Frage nach der Zukunft des Journalismus konkret geworden, die mehr bedeutet als die ökonomische Krise einer Branche. Dabei geht es nicht um Unterhaltung und „special interest“, die sich in den Medien eher noch ausdifferenzieren und ihre Käufer finden. Es geht um die professionelle Beobachtung der Gesellschaft, deren Ergebnisse öffentlich berichtet und kommentiert werden und dadurch die für die Demokratie wichtige Basis der im weitesten Sinne politischen Diskussion schaffen. Bedroht also die offen zu Tage liegende Zeitungskrise den Universaljournalismus, wie er vor allem sein Feld in den Zeitungen hat? Fünf Referenten aus dem ganzen deutschen Sprachgebiet, die langjährig mit dem Thema vertraut sind und durch gewichtige Veröffentlichungen bereits zur Diskussion beigetragen haben, am 17. April in Dortmund ihre Einschätzungen einem breiten Auditorium (Hochschullehrer der Hochschulen aus Dortmund, Bochum, Essen, Iserlohn u.a., Journalisten, Vertriebsfachleute, MedienökonomInnen u.a.) vorstellten und diskutierten.

Gabriele Bartelt-Kircher (Journalistenschule Ruhr) reflektierte zu Beginn die Lage der Ausbildung. Sie kam zu dem Schluss, dass trotz, oder gerade wegen der Krise der Printmedien gute Ausbildung für den Journalistenberuf unentbehrlich sei. Für journalistisches Schreiben sei wichtiger denn je Quellentransparenz; heute besonders wichtig sei „barrierefreies“ Schreiben, dass mit allen crossmedialen Arbeitstechniken vertraut ist. Das bedürfe einer engen Verknüpfung von praktischem und theoretischem Lernen.

Otfried Jarren (Universität Zürich) untersuchte Zeitung und Medienunternehmen unter dem Gesichtspunkt soziale Organisation. Beide haben heute an gesellschaftlicher Relevanz deutlich eingebüßt. Dadurch ist auch ihre Legitimation erkennbar gesunken. Wenn wir erlauben wollen, was da auf dem Spiel steht, müsse nach dem „sozialen Zweck“ gefragt werden. Jarren fand ihn in der „publizistischen Kernaufgabe“, Öffentlichkeit für die relevanten Themen herzustellen und dadurch eine Diskussion laufend zu unterstützen, die die Bürger um der Demokratie willen führen müssen. Jarren wies darauf hin, dass die Presse an dem Legitimationsverlust nicht unschuldig sei. Sie habe sich ein Diskussionsverbot „in eigener Sache“ auferlegt (in der Presse nichts über die Presse). Dabei gehe es nicht um gelegentliche, eher allgemeine Mitteilungen über den finanziellen Status von Verlagen, sondern um das Kerngeschäft Journalismus. Nur wenn das offen diskutiert werde, auch Fehler und Mängel erkannt und benannt würden, sei Wandel, nicht nur Anpassung an die Fakten der neuen Internet-Medienwelt sinnvoll erreichbar. Es gehe darum, den Journalismus als „soziale Institution“ zu erkennen, die sich von Werbung und Public Relations kategorial unterscheidet, die nicht auf ein bestimmtes Geschäftsmodell der Verlage festgelegt sei, sondern den Auftrag der Vermittlung in der Gesellschaft (Intermediäre) wahrzunehmen habe.

Am Beispiel anderer sozialer Institutionen (Ehe, Parteien) erläuterte Jarren, dass soziale Institutionen zwar immer im Wandel, immer im Streit stünden, aber ganz offenbar wandlungsstark sind und nicht einfach untergehen, solange sie in den Streit gestellt werden. Er warnte vor der „selbstgebauten Wohlfahrtsfalle“ der Presseverlage, die bei zurückgehenden Anzeigeneinnahmen den Journalismus herunterzufahren müssen glaubten. Das könne keine wirksame Strategie des Wandels sein, weil die aufgezeigte Alternative der Online-Portale noch viel weniger in der Lage sei, Gewinn zu erwirtschaften. Wenn der „soziale Zweck“ des Journalismus dadurch letztlich hintangestellt werde, ergäbe sich kein Ausweg.

In der Diskussion wurde darauf hingewiesen, dass die Qualitätszeitungen auch in der Krise in der Regel einen moderaten Aufwuchs hätten, die Verlage vergeblich die Anzeigenpreise anhöben, weil das Volumen der Anzeigen nachließ, und die Verlage als Konsequenz durch Entlassung von Journalisten die Bearbeitung der Kernaufgabe schwächten. Auch würde die Gratismentalität des Netzes durch die von vielen Verlagen betriebenen Gratiszeitungen (Pendlerzeitungen, Anzeigenblätter etc.) kontraproduktiv gestärkt.

Horst Pöttker (TU Dortmund) stellte Teilergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter Journalisten aus NRW vor, die sich mit deren Bindung an professionelle Regeln auseinandersetzt. Er hob hervor, der Journalismus werde die Krise der Presse überleben. Unter dem Gesichtspunkt, dass die „hergestellte Öffentlichkeit“ Aufgabe des Journalismus sei, wertete er die in der Umfrage erkennbare Bereitschaft, das eigene Metier in Frage zu stellen, als konkreten Ausgangspunkt der Krisenbewältigung. Die Ergebnisse zeigten, dass das Modell des „unbeteiligten Beobachters“ oder das Unbeteiligtsein des Journalisten nicht mehr die einzige Ratio darstelle. Die Journalisten waren mehrheitlich der Meinung, dass Fehler in der Berichterstattung offen gelegt und korrigiert werden sollen. Ebenso werde, nach mehrheitlicher Meinung der Beteiligten, öffentliche Kritik und Selbstkritik, da wo sie erforderlich sei, das Metier stärken, nicht schwächen. Journalisten stünden auch der in der Praxis gelegentlich anzutreffenden Schwächung des Informatenschutzes kritisch gegenüber. Zeitungsjournalisten führen in allen diesen Punkten die Skala der Befragungsergebnisse an.

Siegfried Weischenberg (Universität Hamburg) stellte seinen Beitrag unter das Motto: Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei. Das habe ökonomische (Geschäftsmodell der Presse) und professionelle Gründe. Die aktuelle Krisendebatte käme mindestens zwanzig Jahre zu spät. Im vergangenen Jahrhundert habe die Presse ihr Monopol verloren. Der Journalismus habe Fremdbeobachtung der Gesellschaft geleistet, er sei durch die Selbstbeobachtung im Netz (Blogs u.a.) zu Teilen konkurrenziert, zu anderen Teilen abgelöst worden. Das zeige starke Tendenzen einer Deprofessionalisierung. Diese Prozesse seien leider im Detail wenig untersucht. Weischenberg legte dazu Überlegungen für eine größere Untersuchung vor, die seine Journalistenquoten entsprechend erweitern soll.

Hannes Haas (Universität Wien) warnte vor „voreiligen Nachrufen“ auf den Journalismus. Die heutige Krise sei in erster Linie eine Krise des Geschäftsmodells. Zuzugeben sei, dass sich ein alternatives Modell genauso wenig abzeichne, und allgemein eine Konvergenzkultur, die alte und neue Medien verbinde. Von der Diversifizierung der Selbstbeobachtung sei der Journalismus im Kern getroffen. Aus- und Entdifferenzierungen und Entgrenzungen seien festzustellen. Die Grenze zwischen Öffentlich und Privat werde tendenziell aufgelöst. Durch Beispiele aus dem österreichischen Pressemarkt erläuterte Haas diese Einschätzungen. Dennoch bliebe die Aufgabe der Beobachtung der Gesellschaft durch Journalisten unverzichtbar, weil nur dadurch die demokratische politische Selbstbestimmung des Bürgers ihren Boden erhält. Wenn man nicht nur die vergangenen 100 Jahre Journalismus untersucht, sondern die vergangenen zwei Jahrhunderte, werde auch deutlich, dass bereits vor dem heute fraglich gewordenen Geschäftsmodell qualifizierter Journalismus betrieben worden sei, der damals ausschließlich durch Vertriebslöse finanziert worden sei, also mit wesentlich höheren Kosten für die Leser. Der Leser in der Zeit der Aufklärung oder im Vormärz habe sich seine Informiertheit etwas kosten lassen.

Interessant in der Diskussion war, dass die Referenten, obwohl sie von deutlich unterschiedlichen Ausgangspunkten aus referierten, dennoch im Kern der Analyse übereinstimmten und mehr Forschung forderten, wobei die Lösbarkeit der Krise vorderhand unterstellt wurde.

Es ist vorgesehen, die Text der Referate im Sommer auf die im Aufbau befindliche Website des Vereins zur Förderung der Zeitungsforschung zu bringen.

Hans Bohrmann

Kontakt:

Prof. Dr. Hans Bohrmann

Hagener Str. 32

44225 Dortmund

E-Mail: hansbohrmann@web.de

Copyright

Arbeitsgemeinschaft historischer Forschungseinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2009.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der AHF in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

AHF, Schellingstraße 9, 80799 München

Telefon: 089/13 47 29, Fax: 089/13 47 39

E-Mail: info@ahf-muenchen.de, Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:

AHF-Information. 2009, Nr.090

URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2009/090-09.pdf>