

21. Juni 2010

medien heft

Das Zukunftsbild der Medien in Schwarz-Grau

«Journalismus – ein Beruf verliert seinen Glanz: Welche Journalisten braucht das Land?» Um diese Frage drehte sich Mitte Juni in Zürich eine Diskussionsrunde des Vereins Qualität im Journalismus.

Von Dominik Meier

Die ketzerische Frage sei erlaubt: Welchen Glanz verliert der Journalismus? Hatte der Beruf je diesen Glanz? Auch Journalisten neigen dazu, die Vergangenheit zu verklären. Doch lassen wir dies beiseite. Schliesslich beobachten wir heute die vielleicht spektakulärsten Umbrüche in der Medienlandschaft seit Jahrzehnten. Stoff genug für den Q-Club, die Diskussionsrunde, die der Verein Qualität im Journalismus alle zwei Monate veranstaltet. In der Ausgabe von Mitte Juni diskutierten Andreas Durisch, der abtretende Chefredaktor der «SonntagsZeitung», Silvia Egli von Matt, die Leiterin der Journalistenschule MAZ, und Kurt Imhof, Professor für Soziologie und Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich. Das Gespräch moderierte Luciano Ferrari, Leiter der Auslandsredaktion beim «TagesAnzeiger».

Auf dem Weg zum Medien-Populismus

Kurt Imhof übernahm pointiert die Rolle des Pessimisten. Eine mediale Zweiklassengesellschaft sei entstanden: Hier die etablierten Medienschaffenden bei den Print-Flaggschiffen und den SRG-Medien. Dort eine neue Generation von meist jüngeren Journalisten in den Redaktionen der Online-Medien und Gratisblätter. Letztere seien schlecht bezahlt, ihre Anstellungsverhältnisse permanent unsicher. Imhof sprach von einem journalistischen Prekariat. Die neue Generation spezialisieren sich nicht, sie recherchieren kaum und haben den permanenten Produktionsdruck verinnerlicht. Diese Journalisten, das zeigten Studien, orientierten sich nur schwach an Werten. Das aufklärerische Ethos des Berufes sei ihnen fremd. Geradezu symptomatisch sei die Praxis, Agenturmeldungen mit reisserischen Titeln zu versehen und online zu schalten. Hier spiele sich ein Zerfall des Journalismus ab, warnte Imhof. Auch die etablierten Journalisten gerieten unter Druck: Angesichts des Leserschwunds und des Einbruchs bei den

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Newsletter

medien heft

Werbeeinnahmen würden Stellen gestrichen, Korrespondenten-Posten aufgegeben, Recherchekapazitäten gekappt, der Produktionsdruck erhöht – mit dem Resultat, so Imhof, dass die besten Journalisten heute auch die frustriertesten Journalisten seien.

Imhof malte in ganz düsteren Farben: Das jüngere Publikum konsumiere hauptsächlich Online- und Gratisangebote. So werde die Jugend sozialisiert mit qualitativ schlechten, populistischen Medien. Ein schlecht informiertes Publikum jedoch sei eine Gefahr für die Demokratie. Denn Medien-Populismus und politischer Populismus gingen Hand in Hand.

Lichtschimmer am Horizont

Wenn Imhof auch plakativ formulierte und zuspitzte: seine Diskussionspartner widersprachen ihm im Grundsatz kaum. Allerdings hellten sie das düstere Bild etwas auf. Auch Andreas Durisch meinte, dass er sich um die Qualität in den Online-Medien Sorge. Insgesamt aber sei die journalistische Qualität nicht gesunken. Vor allem kleinere Zeitungen arbeiteten heute professioneller als früher. Durisch, der im August bei der Kommunikationsagentur «Dynamics Group» einsteigt, versicherte: Er vollziehe den Seitenwechsel nicht etwa, weil er frustriert sei. Auch Silvia Egli von Matt lenkte den Blick auf positive Entwicklungen. An der Journalistenschule MAZ in Luzern habe sie vor wenigen Jahren eine Baisse verspürt: Damals hätten junge Leute die Schulbank gedrückt, die kaum politisch dachten. Heute aber kämen wieder die gewünschten «WWW-Menschen» nach Luzern: die «Wir-wollen-wissen»-Menschen. Beispiele aus Grossbritannien und Deutschland zeigten, dass renommierte Verlagshäuser für ihre Online-Angebote dieselben Qualitätsstandards setzen wie für den Printbereich, so Egli von Matt. Sie hoffe daher, dass sich das auch in den Schweizer Online-Medien durchsetzt. Sie sprach es zwar nicht aus, doch angesprochen war damit wohl Tamedia, der dominierende Verlag beim Online-Portal «Newsnetz» und die Betreiberin von «20 Minuten Online».

Welche Journalisten braucht das Land? Die drei Diskussionspartner waren sich einig, dass es dieselben Journalisten brauche wie früher: Journalisten, die aufdecken, was versteckt bleiben soll. Journalisten, die einordnen und Orientierung schaffen. Er traue den Online-Medien zu, dass sie ihre Qualität verbessern können, sagte Andreas Durisch. Nur am Rande erwähnt wurde die Tatsache, dass die journalistischen «Sorgenkinder», die wichtigsten Online- und Gratismedien also, den grossen Verlagen gehören. An ihnen also wäre es, die Journalisten zu fördern und ihnen zu helfen, sich weiter zu entwickeln. Silvia Egli von Matt zählt aber auch auf den Unternehmergeist der Journalisten selbst: Ein Qualitätsmedium im Internet aufzubauen sei kein grosser Schritt mehr, so Egli von Matt. Im angelsächsischen Raum finde man bereits solche Blog-ähnlichen, werbefinanzierten Angebote. Kurt Imhof wiederum tat solche Ideen als Luftschlösser ab. Zudem brauche eine demokratische Gesellschaft Massenmedien und keine Blogs. Nur Massenmedien könnten Ko-Orientierung über demokratische Werte schaffen.

Am Schluss geht es ums Geld

Imhof, der in seiner Rolle des Pessimisten blieb, regte alternative Modelle an: Stiftungen, die mit öffentlichen und privaten Geldern die Qualitätsmedien unterstützen könnten. Die Idee ist nicht neu, die sozialdemokratischen Nationalräte Andreas Gross und Hans-Jürg Fehr haben sie bereits ins Parlament getragen. Mit eher geringen Erfolgsaussichten. Skeptisch äusserte sich auch Andreas Durisch: Alles was in Richtung

medien heft

staatlich bezahlten Journalismus gehe, sei für ihn eine Horrorvision. Er vertraue darauf, dass es auch in Zukunft ein genügend grosses Publikum gebe, das bereit sei, für Qualität den angemessenen Preis zu bezahlen. Dass aber die finanziell knappen Mittel die grösste Bedrohung für den Qualitätsjournalismus sind – darin stimmten die Diskussionspartner überein. Silvia Egli von Matt nahm die Verleger in die Pflicht. «Sie müssen ihre Lippenbekenntnisse einlösen und sich für Qualität einsetzen.» Die Verleger, so Egli von Matt, müssten einsehen, dass Renditen, wie sie noch vor zehn oder 15 Jahren erzielt wurden, heute und wohl auch in Zukunft ausser Reichweite seien.

lic. phil. Dominik Meier ist Inlandredaktor bei Schweizer Radio DRS

Dieser Q-Club fand statt am 14. Juni 2010 am Soziologischen Institut der Universität Zürich, Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög). Veranstaltet wird der Q-Club alle zwei Monate, jeweils am ersten Dienstag. Ins Leben gerufen wurde die Diskussionsrunde vor rund einem Jahr vom Verein Qualität im Journalismus. Seither diskutiert der Q-Club regelmässig mit Experten und Medienschaffenden aktuelle Fragen rund um die journalistische Qualität.

Link:

MAZ – die Schweizer Journalistenschule:
<http://www.maz.ch/>

Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög):
<http://www.foeg.uzh.ch/>

Verein Qualität im Journalismus:
<http://www.quajou.ch/>