

Journalistik

Zeitschrift für Journalismusforschung

Hrsg. von Bernhard Debatin, Gabriele Hooffacker, Horst Pöttker und Tanjev Schultz

1 | 2019 | 2. Jahrgang

www.journalistik.online

1 Editorial

Aufsätze

- 3 Michael Meyen
Die Erfindung der Journalistik in der DDR
Ein Beitrag zur Fachgeschichte der Nachkriegszeit
- 33 Theresa Möckel
Nachrichten im Hochformat
Wie kann das Story-Format auf Social-Media-Kanälen journalistisch genutzt werden?
- 45 Jonas Schützeneder
Zwischen Information, Dramatisierung und Unterhaltung
Eine Analyse zum Rollenbild und Selbstverständnis im Boulevardjournalismus

Essay

- 57 Wiebke Möhring
Das Alltägliche vor Ort
Die Bedeutung des Lokaljournalismus in der digitalen Medienwelt

Debatte

- 65 Gunter Reus
Ja, Fiktionalität passt in den Journalismus.
Entscheidend ist Transparenz.
- 70 Tanjev Schultz
Nein, Fiktionalität passt nicht in den Journalismus.
Über den Unterschied von fiktionalem und faktuellem Erzählen.

Rezensionen

- 78 **Berit von der Lippe, Rune Ottosen (Hrsg.): Gendering War and Peace Reporting. Some Insights – Some Missing Links**
Rezensiert von Julia Lönnendonker
- 81 **Hans Mathias Kepplinger: Totschweigen und Skandalisieren. Was Journalisten über ihre eigenen Fehler denken**
Rezensiert von Guido Keel
- 85 **Anna Jehle: Welle der Konsumgesellschaft. Radio Luxemburg in Frankreich 1945-1975**
Rezensiert von Konrad Dussel
- 88 **Matt Carlson: Journalistic Authority. Legitimizing News in the Digital Era**
Rezensiert von Katherine M. Engelke

Impressum

Journalistik.
Zeitschrift für Journalismusforschung

Heft 1/20192018
2. Jahrgang

<http://www.journalistik.online>

Herausgeber

Prof. Dr. Bernhard Debatin
Prof. Dr. Gabriele Hooffacker
Prof. Dr. Horst Pöttker
Prof. Dr. Tanjev Schultz

Redaktion

Verantwortlich für den Inhalt
(gem. § 55 Abs. 2 RStV)
Dipl.-Journ. Christina Kiesewetter (v.i.S.d.P.)

Dank

Wir danken der Stiftung Presse-Haus NRZ in
Essen für die freundliche Unterstützung.

Verlag

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22
51063 Köln
Telefon: +49(0)221-9258290
Telefax: +49(0)221-92582929
E-Mail: info@halem-verlag.de

Vertreten durch:
Herbert von Halem Verlagsges. mbH
Geschäftsführer: Herbert von Halem
Registergericht: Köln
Registernummer: HRB 25647

Registereintrag:
Eingetragen im Handelsregister.
Registergericht: Köln
Registernummer: HRA 13409

Umsatzsteuer-ID:
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach
§27a Umsatzsteuergesetz:
DE 172 714 183

Editorial

Um die Journalistik in der DDR geht es im fachgeschichtlichen Aufsatz unserer aktuellen Ausgabe. Michael Meyen beleuchtet, welchen Einfluss die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und die Anforderungen der Redaktionen auf Forschung und Lehre dort hatten. Er stützt sich auf die Feldtheorie Bourdieus sowie auf Akten, Zeitzeugen und Veröffentlichungen der Ausbildungseinrichtung an der Karl-Marx-Universität Leipzig. Sein Fazit: Die Logik des wissenschaftlichen Feldes und das dort entwickelte Know-how haben Eingriffe der herrschenden Partei relativiert. Warum die DDR-Journalistik dennoch nach 1989 schwer integrierbar war in die westdeutsche Kommunikationswissenschaft, lesen Sie im Aufsatz.

Theresa Möckel geht der Frage nach, für welche journalistischen Anlässe sich die Story auf digitalen Plattformen eignet. Die Autorin hat nachrichtliche Storys analysiert und eine Muster-Story per Online-Umfrage evaluiert. Daraus hat sie eine Handreichung für den Einsatz der Story im Journalismus entwickelt.

Schmierfink oder Unterhalter? Welches Rollenbild und Selbstverständnis haben Boulevardjournalisten? Jonas Schützeneder hat das in einer qualitativen Befragung untersucht.

Im Essay wirft Wiebke Möhring einen Blick auf Angebot, Zustand und Herausforderungen des Lokaljournalismus.

Passt Fiktionalität in den Journalismus? Über diese Frage haben große Teile der Medienbranche und ihre Rezipienten in den vergangenen Monaten diskutiert. Anlass war der Fälschungsskandal beim *Spiegel*. Aus wissenschaftlicher Sicht beleuchten diese Frage Gunter Reus und Mitherausgeber Tanjev Schultz, beide frühere Journalisten. Ja, Fiktionalität passt in den Journalismus, wenn sie transparent gemacht wird, sagt Gunter Reus. Nein, Fiktionalität passt nicht in den Journalismus, es geht um faktuales Erzählen, sagt Tanjev Schultz.

Wie denken Sie über die Frage journalistischer Fiktionalität?

Haben Sie schon Erfahrungen mit Storys im Journalismus gemacht?

Sehen Sie die Zukunft des Lokaljournalismus ganz anders als Wiebke Möhring?

Haben Sie die Entwicklungen der Journalistik in der DDR selbst erlebt oder begleitet?

Direkt unter den Aufsätzen, dem Essay und den Debattenbeiträgen können Sie Ihren Kommentar hinterlassen. Oder schreiben Sie uns eine E-Mail an

redaktion@journalistik.online. Darüber hinaus freuen wir uns über Themenanregungen, Manuskriptangebote und Kritik. Wissenschaft lebt vom Austausch.

Und folgen Sie der *Journalistik* gern auch auf Facebook: <https://www.facebook.com/journalistik.online/>.

Aufsätze

Michael Meyen

Die Erfindung der Journalistik in der DDR

Ein Beitrag zur Fachgeschichte der Nachkriegszeit

Abstract: Dieser Beitrag fragt am Beispiel der Journalistik in der frühen DDR nach dem Zusammenspiel von Politik, Medienpraxis und Wissenschaft. Welchen Einfluss haben die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und die Anforderungen der Redaktionen auf Forschung und Lehre? Gestützt auf die Feldtheorie Bourdieus sowie auf Akten, Zeitzeugen und Veröffentlichungen der Ausbildungseinrichtung in Leipzig wird gezeigt, dass die Logik des wissenschaftlichen Feldes und das dort entwickelte Know-how Eingriffe der herrschenden Partei gebrochen haben. Wichtiger als die Wünsche der SED-Spitze waren die Signale aus der journalistischen Praxis, weil man dort auf das Personal angewiesen war, das aus Leipzig kam. Die DDR-Journalistikwissenschaft wurde allerdings erst von den Schülern der ersten Professoren-generation entwickelt. Diese Fachkonstruktionen mit einem Fokus auf Stilistik, journalistische Methodik, Genres und den Arbeitsprozess in den Redaktionen war vollkommen anders als die sozialwissenschaftlich ausgerichtete westdeutsche Kommunikationswissenschaft und auch deshalb nach 1989 nicht integrierbar.

1 Erkenntnisinteresse, theoretische Basis und Quellen

Dieser Beitrag fragt am Beispiel der Journalistik in der frühen DDR nach dem Zusammenspiel von Politik, Medienpraxis und Wissenschaft. Welchen Einfluss haben die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und die Anforderungen der Redaktionen auf die Ausgestaltung von Forschung und Lehre in Studiengängen, die sich in ihrem Namen zur Ausbildung im Bereich der öffentlichen Kommunikation bekennen (Zeitungs- und Kommunikationswissenschaft, Publizistik, Journalistik) und so auch suggerieren, dabei helfen zu können, »einen Gebrauch

der Massenmedien im öffentlichen Interesse zu garantieren«, oder wenigstens Wissen zu liefern, das »das Funktionieren des ›Werkzeugs‹ durchsichtiger« macht (Lazarsfeld 1973: 8, 15)? Zugespitzt und auf einen theoretischen Begriff gebracht: Wie autonom sind Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in einem Fach, das in Kaiserreich und Weimarer Republik zunächst vor allem auf Wunsch von Praxisorganisationen eingerichtet wurde (vgl. Bruch 1980, Kutsch 2016), dann keineswegs nur in der Zeit des Nationalsozialismus Spielball politischer und wirtschaftlicher Interessen war (vgl. Duchkowitsch/Hausjell/Semrad 2004; Pöttker 2005; Meyen/Wendelin 2008) und bis heute vom Bedeutungsgewinn der Medien und dem Drang der Studierenden in entsprechende Berufe profitiert (vgl. Meyen/Löblich 2006: 33-71)?

Theoretische Basis für die Suche nach Antworten ist die Feldtheorie von Pierre Bourdieu. Der Begriff Feld soll hier helfen, die »Kulturproduktion« zu verstehen und einen »Kurzschluss« zwischen »Text« und »Kontext« zu vermeiden. Felder sind in dieser Theorie »relativ autonome« Räume, die anderen Gesetzen unterworfen sind als der »Makrokosmos«, auch wenn sie sich den Zwängen, die von dort kommen, nicht ganz entziehen können. Anforderungen von außen (etwa Legitimationswünsche einer Partei, ein bestimmter gesellschaftlicher Problemlösungsbedarf oder Anregungen aus dem Journalismus) würden allerdings »nur durch die Vermittlung des Feldes zum Tragen« kommen. Die »Logik des Feldes« breche solche Zwänge und bringe sie in eine spezifische Form (Bourdieu 1998: 17-22). Da Bourdieu das wissenschaftliche Feld als eine soziale Welt konzipiert hat, in der es wie auch sonst überall Herrschaftsbeziehungen gibt, wird die Autonomie für ihn »eine der großen Fragen«: Welche »Widerstände« und welche »Mechanismen« kann der Mikrokosmos des wissenschaftlichen Feldes oder Unterfeldes (etwa: der Journalistikwissenschaft) einsetzen, um sich äußeren Zwängen zu entziehen, »die durch Herkunft und Umfang der verfügbaren Gelder, Verordnungen, Forschungsaufträge, Vertragsbestimmungen usw. ausgeübt werden«? Höchstes Ziel (und für Bourdieu einer der »entscheidenden Unterschiede« zwischen den Disziplinen) ist es dabei, nur den »eigenen, internen Maßgaben zu folgen« (ebd.: 18f.).

Auf den ersten Blick scheint es mindestens merkwürdig, dieses Problem am Beispiel der DDR erörtern zu wollen, der Haupteinwand lässt sich aber mit Bourdieu in eine Forschungsfrage umformulieren. Da die »objektiven Beziehungen zwischen den Akteuren« in jedem sozialen Feld den Spielraum von Personen oder Institutionen bestimmen (vgl. Bourdieu 1998: 17-25), werden der Grad der Autonomie und die Beziehungen zur Politik genau wie die Akteure, die Hierarchien und die Logik des Feldes zum Untersuchungsgegenstand: Welche Akteure haben mitgespielt, wer hatte wem etwas zu sagen und welches Kapital war nötig, um aufsteigen zu können? Dies ist auch deshalb interessant, weil die soziale Position (der eigene Kapitalbesitz im Vergleich zu anderen) zugleich den Habitus

bestimmt. Der Habitus ist bei Bourdieu nicht angeboren, sondern speist sich aus den Erfahrungen, die ein Mensch macht. Diese (individuellen und kollektiven) Erfahrungen führen zu »Systemen dauerhafter Dispositionen«, die als »strukturierende Strukturen« wirken (Bourdieu 1976: 165). Das Habitus-Konzept ist Bourdieus Versuch, den Antagonismus von Struktur und Handlung zu überwinden, und erlaubt so nicht nur, die Arbeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in unterschiedlichen historischen Kontexten zu untersuchen (weil sie in einer der großen, systematischen Gesellschaftstheorien verortet werden kann, vgl. Park 2013), sondern bietet zugleich einen Link zwischen der Sozialisation und dem Fachverständnis auf der einen Seite sowie den Strukturen des jeweiligen wissenschaftlichen Feldes und des sozialen Raumes insgesamt auf der anderen Seite. Weitgehend unbemerkt von den Akteuren generiert der Habitus ein Verhalten, das der Logik des Feldes entspricht, ihnen (den Akteuren) deshalb als »vernünftig« erscheint und in biografischen Äußerungen folglich ohne größere Hemmungen dokumentiert wird.

Trotzdem kann auch auf den zweiten Blick gefragt werden, ob sich Bourdieus Annahmen (entwickelt im Frankreich der 1960er- und 1970er-Jahre) tatsächlich eignen, die Anfänge der Journalistikwissenschaft in der DDR zu untersuchen. Es ist bekannt, dass der Journalismus in diesem Land Teil des politischen Feldes war und dass am Machtpol immer die Politiker standen. Das bedeutet: Im Zweifel wurde nicht das veröffentlicht, was journalistisch geboten war (etwa: Informationen zur Orientierung in einer komplexen Gesellschaft), sondern was den gerade aktuellen Zielen des jeweiligen Herausgebers am besten zu helfen schien (vgl. Meyen/Fiedler 2011, Fiedler 2014). In der Ausbildung wurde dieser Einfluss zwar einerseits durch die akademische Logik gebrochen. So scheiterte zum Beispiel der Versuch von Emil Dusiska, ab 1967 Dekan der Leipziger Fakultät für Journalistik und dann bis 1978 Direktor der Sektion Journalistik, in Berlin außerhalb der Universität ein Institut für Journalistik mit eigenem Promotionsrecht zu etablieren (vgl. Knipping 2017). Andererseits geht aber auch die aktuelle Literatur von starken »Eingriffen der SED in die Publizistikwissenschaft« aus und davon, dass sich die Vorstellungen der Partei in Sachen Studieninhalt und Studienorganisation »am Vorbild der journalistischen Praxis in der Sowjetunion« orientiert hätten. »Ziel war es, umfassend geschulte, politisch indoktrinierte Kader auszubilden« (Jedraszcyk 2017a).

Dieser Beitrag zeigt erstens, wie die Logik des wissenschaftlichen Feldes solche Einflüsse von außen gebrochen hat. Diese Einflüsse konnten schon deshalb nicht so stark sein, wie in der Literatur vermutet wird, weil die Politik in der DDR andere Prioritäten hatte als die Journalistenausbildung und ihr für eine Lenkung im Detail schlicht das Know-how fehlte. Dies gilt noch stärker für die Sowjetunion, wo die gleichnamige akademische Disziplin ebenfalls in den Kinderschuhen steckte und außerdem sowohl in der Universität als auch im Journa-

lismus an ganz andere Tradition anknüpfen musste. Wichtiger als die Vorgaben der SED-Spitze oder gar die Orientierung an einem (wie auch immer gearteten) Vorbild in Moskau oder Leningrad waren deshalb, das ist die zweite These dieses Beitrags, die Signale aus der journalistischen Praxis der DDR. Dort war man auf das Personal angewiesen, das aus Leipzig kam, und setzte folglich alles daran, dass die Absolventinnen und Absolventen das konnten, was im Redaktionsalltag gebraucht wurde.

Die erste Professoren-Generation allerdings, These drei, war noch nicht in der Lage, eine Journalistikwissenschaft ›Made in GDR‹ zu erfinden. Anders als zum Beispiel Walter Hagemann in der Bundesrepublik (vgl. Wiedemann 2012) fehlten Hermann Budzislawski, Wieland Herzfelde, Wilhelm Eildermann oder Heinrich Bruhn (um nur vier Namen zu nennen) dafür akademischer Ehrgeiz und der Glaube an das Journalismus-Ideal der Partei (Budzislawski) oder die Vorbildung, die auch in der DDR nötig war, um an der Universität reüssieren zu können. Das journalistische Übungssystem, bis 1990 Kern des Praxis-Curriculums, wurde erst von den Schülern dieser Gründerväter entwickelt – eine Parallele zum Westen, wo ebenfalls die erste Absolventengeneration der Nachkriegszeit bestimmte, wie ›gute‹ Publizistik-, Journalistik- oder Kommunikationswissenschaft (bis heute) auszusehen hat (vgl. Meyen 2007; Löblich 2010).

These vier schließt hier direkt an: Dass es sich dabei um zwei völlig verschiedene Fachkonstruktionen handelte (hier mit einem Fokus auf Stilistik, journalistische Methodik, Genres und den Arbeitsprozess in den Redaktionen, dort als empirische Sozialwissenschaft), ist mit den Unterschieden in der Logik des sozialen Raums insgesamt und hier besonders des politischen Feldes zu erklären. Dies heißt auch: Die Journalistikwissenschaft in der DDR war nicht ›besser‹ oder ›schlechter‹ als das Fach, das sich auf der anderen Seite der innerdeutschen Grenze aus der gleichen Tradition entwickelte (Stichworte: Gründung des Instituts für Zeitungskunde 1916 in Leipzig, zaghafte Akademisierung am Ende der Weimarer Republik, Instrumentalisierung durch den Nationalsozialismus, vgl. Averbek 1999, Koenen 2016). Die DDR-Journalistikwissenschaft war anders als die westdeutsche Kommunikationswissenschaft und auch deshalb nach 1989 nicht integrierbar (vgl. Meyen/Wiedemann 2017). Urteile über wissenschaftliche Qualität hängen immer auch vom jeweiligen Paradigma ab und damit von den Interessen, denen die Richter folgen (vgl. Kuhn 1973).

Diese Argumentation stützt sich neben der Fachliteratur auf drei Quellentypen – auf die Überlieferungen des Medienlenkungsapparates im Bundesarchiv und der Leipziger Ausbildungseinrichtungen (Fakultät, Sektion) im Universitätsarchiv, auf Veröffentlichungen der Leipziger Ausbildungseinrichtung sowie auf Zeitzeugengespräche und private Überlieferungen. Persönlich interviewt wurden für diesen Beitrag sechs Dozenten (alphabetisch: Fritz Beckert, Werner Michaelis, Hans Poerschke, Klaus Preisigke, Karl-Heinz-Röhr, Wulf Skaun), von

denen fast alle auch in Leipzig Journalistik studiert haben (Ausnahmen: Beckert, Michaelis, vgl. Meyen 2015), sowie Ingeborg Schmidt, von 1954 bis 1958 Studentin an der Fakultät, damit auch eine Protagonistin im Roman »Das rote Kloster« von Brigitte Klump (1991) und später mit Siegfried Schmidt verheiratet, Dozent an der Sektion Journalistik. Dazu kommen Interviews mit Franz Knipping (1965 bis 1967 Dekan der Fakultät für Journalistik) und Heinz Halbach (1977 bis 1992 Professor), beide ebenfalls aus dem eigenen Nachwuchs (vgl. Meyen 2017), sowie ein Professorenkatalog, den Hans-Dieter Daniel (2015) in jahrelanger Kleinarbeit zusammengestellt hat.

Dieser Beitrag führt mehrere Quelleneditionen und Publikationen des Autors zum Themenfeld zusammen (vgl. Meyen 2015, 2017; Meyen/Wiedemann 2017) und versteht sich als Anregung, tiefer in die Geschichte der DDR-Journalistikwissenschaft einzusteigen. Eine solche Geschichte kann er schon deshalb nicht ersetzen, weil die Brille von Bourdieu den Blick ganz zwangsläufig auf die Feldstrukturen (Relationen zwischen Positionen), den Habitus der Akteure und die Feld-Autonomie lenkt und so nur am Rande erlaubt, sich mit den Inhalten von Lehre und Forschung zu beschäftigen.

2 Hermann Budzislawski: Ein »Amerikaner« als Gründungsvater

Brigitte Klump kam aus einer Bauernfamilie in Glöwen, hatte ihr Abitur 1953 in Havelberg gemacht, ein Jahr in Berlin beim Wochenblatt *Der Freie Bauer* als Volontärin gearbeitet und war von dort zum Studium an die Leipziger Fakultät delegiert worden, obwohl sie eigentlich Kritikerin werden und Theaterwissenschaft studieren wollte. Beim Aufnahmegespräch im Presseverband habe sie das erste Mal Hermann Budzislawski gesehen, den Dekan der Fakultät für Journalistik. »Ein Mann mit einem Gesicht aus Stein. Einen Querbinder um den Hals.« Budzislawski habe gefragt, worin sie die Aufgabe der Zeitung sehe, und erwartet, »das hat er mir später erzählt, ich würde mit den Leninschen Begriffen operieren, die Zeitung habe kollektiver Agitator, Propagandist und Agitator zu sein, Sprachrohr der Partei.« Da ihr »die Pressetheorie« nicht »geläufig« gewesen sei, habe sie kurz überlegt und dann berichtet, wie die Bauern Zeitungen nutzen. Als Brotpapier, auf dem stillen Örtchen. »Alles lachte«, und Brigitte Klump hatte ihren Studienplatz (Klump 1991: 27, 35f.).

Wie das so ist mit solchen Erinnerungen: Die anderen Beteiligten sind längst tot. Hermann Budzislawski wusste bei diesem Gespräch im Sommer 1954 vielleicht noch nicht einmal, dass er wenig später erster Dekan der neuen Fakultät werden würde. Franz Knipping, seit 1951 Student am Institut für Publizistik und Zeitungswissenschaft in Leipzig, ab 1954 wissenschaftlicher Assistent und dann 1965 selbst Dekan, hat kurz vor seinem Tod erzählt, dass ein anderer Professor (Wilhelm Eildermann) damals »schon seine Antrittsrede als Dekan vorbereitet« hatte. »Die lag fix und fertig in seinem Schreibtisch. Plötzlich wurde entschieden,

den Amerikaner an die Spitze zu stellen. So nannte man Budzislawski damals. Das war für alle total überraschend« (Knipping 2017).

Eildermann oder Budzislawski: Im Rückblick ist das eigentlich keine Frage. Der »Amerikaner«, Jahrgang 1901, brachte nicht nur einen Dokortitel mit (erworben 1923 in Tübingen), sondern die Aura eines weitgereisten Journalisten. Er hatte für Ossietzkys *Weltbühne* geschrieben, im Exil die *Neue Weltbühne* geleitet und dann in den USA Karriere gemacht (vgl. Schmidt 2017). Seine Rückkehr in den Osten Deutschlands war für die SED eine Prestigefrage. Budzislawski habe »als antifaschistischer Publizist einen großen Namen«, schrieb Willi Lehmann, Personalchef der Deutschen Verwaltung für Volksbildung in der sowjetischen Besatzungszone, am 22. April 1948 in seiner Berufungsempfehlung. In der Emigration seiner Gesinnung treu geblieben, einer »der ganz wenigen fortschrittlichen Spezialisten für internationales Pressewesen, die für die Besetzung eines Lehrstuhls an der Gesellschaftswissenschaftlichen Fakultät in Frage kommen«. ^[1] Friedrich Behrens, in Leipzig Dekan dieser Fakultät, hatte in seinem Antrag an das sächsische Volksbildungsministerium am 12. Februar 1948 auch auf die Konkurrenz verwiesen. Budzislawski würden zwei weitere Angebote vorliegen – aus Berlin »und von einer anderen deutschen Universität«. ^[2]

Der Umworbene wusste um seinen Wert. Ernst Bloch und Julius Lips: Das war die Liga, in der Budzislawski spielte. Das Trio bekam ein »Sondergehalt für Rückkehrer«, ^[3] und als Budzislawski im Herbst 1948 tatsächlich als erster der drei neuen Stars aus den USA in Leipzig eintraf, schaffte er es mit diesem Argument, die Miete für das »sehr schöne« Haus in Eutritzsch von 300 auf 200 Mark im Monat zu senken. ^[4] Aus dem Journalisten wurde trotzdem kein Akademiker. Er hielt zwar Vorlesungen (zunächst über die »Geschichte der öffentlichen Meinung in Europa« und die »Technik des Journalismus«), bot Seminare und Übungen an und baute das (noch sehr kleine) Institut für Publizistik auf, zu dem im Herbst 1949 ein Assistent (Hans Meergans) und eine Sekretärin gehörten, machte aber zugleich das weiter, was er am besten konnte. Sein Radiokommentar, ausgestrahlt an jedem Donnerstag, sei »der meistgehörte« im Leipziger Sender, schrieb er im November 1949 an Helmut Holtzhauer, Minister für Volksbildung in Dresden, um den Wunsch nach einem Dienstwagen zu untermauern. Außerdem in der Waagschale: die vielen »Vorträge und Ansprachen« sowie die Provisorische Volkskammer, wo Budzislawski seit 7. Oktober 1949 Abgeordneter war und, glaubt man seinem Selbstzeugnis, »mehr oder weniger« die Kulturbund-Fraktion leitet. ^[5] Vorsitzender war nominell Klaus Gysi.

1 Bundesarchiv Berlin (BA), DR 3-B 14978 (Hermann Budzislawski), Bl. 22.

2 Friedrich Behrens an das Ministerium für Volksbildung, 12. Februar 1948. Ebd., Bl. 12.

3 Ebd., Bl. 46.

4 Rocholl, Landesregierung Sachsen, an Erich Zeigner, Oberbürgermeister von Leipzig, 1. Oktober 1948 (Entwurf); Zeigner an Rocholl, 14. Oktober 1948. Ebd., Bl. 64, 68.

5 Budzislawski an Holtzhauer, 11. November 1949. Ebd., Bl. 89.

»Vor Budzislawski hatten wir alle Respekt«, sagte Ingeborg Schmidt, Kommilitonin von Brigitte Klump, Anfang 2017 in Leipzig. »Wir waren stolz, dass wir ihn bei uns hatten. Er hat jede Woche zwei Stunden Vorlesung gehalten, zwei Jahre lang.« Und die anderen Professoren? »Heinrich Bruhn und Wilhelm Eildermann waren verdiente Genossen, die man unterbringen musste. Ich habe dort kein Wort gelernt, aber ich schimpfe heute auch nicht darüber.« Die Aufbaugeneration brauchte die alten Kämpfer (die »misstrauischen Patriarchen«) als »politische Ersatzväter« (vgl. Schüle/Ahbe/Gries 2006). Die Kommunisten, die oft schon in der Weimarer Republik und dann vor allem in der Zeit des Dritten Reiches gegen den Faschismus gekämpft und persönliche Opfer wie Gefangenschaft oder Exil gebracht hatten, waren auch deshalb über jeden Zweifel erhaben, weil viele der Jungen selbst irgendwie »mitgemacht« hatten und erst durch den Eintritt in die FDJ auf die Seite des Siegers gekommen waren (vgl. Niethammer 1994).

Zu Bruhn und Eildermann gleich mehr. In Sachen Budzislawski liegen die Zeitzeugen nicht weit auseinander. Heinz Halbach, Jahrgang 1930, kurz vor Kriegsende als Hitlerjunge in Prag in den Volkssturm verpflichtet, kannte ihn schon aus dem Radio, als er sich noch um junge Landarbeiter kümmerte. »Ich hörte seine geschliffene Redeweise. Aber vor allen Dingen imponierten mir seine Argumente. Das las man woanders so nicht. Etwas völlig Eigenes. Als ich hörte, dass er bei den Publizisten unterrichtet, habe ich mich gefreut, bei ihm studieren zu dürfen« (Halbach 2017). Respekt und Stolz (Ingeborg Schmidt), das ja. Teilweise sogar Verehrung wie bei Karl-Heinz Röhr, der 1956 bis 1960 Journalistik studierte und dann als »eine Art Adjutant« von Budzislawski an der Fakultät einstieg. »Budzislawski ist die Brücke vom klassischen Akademiker zum Publizistik-Lehrer. Belesen, analytisch, kreativ, anregend, mehrsprachig« (Röhr 2015). Als wissenschaftliches Vorbild fiel Budzislawski schon deshalb aus, weil er selbst kaum noch wissenschaftlich arbeitete. Das Buch *Sozialistische Journalistik*, 1966 unter seinem Namen erschienen, war eher ein Werk seiner Mitarbeiter. Karl-Heinz Röhr, der im Vorwort auch entsprechend gewürdigt wird (Budzislawski 1966: 10): »Da ist nur wenig auf seinem eigenen Mist gewachsen. Wir mussten vorarbeiten. Er hat das dann in der Luft zerrissen, etwas diktiert und auch geschrieben. Am Ende stand ein Budzislawski. Er konnte formulieren, jenseits vom Funktionärsdeutsch« (Röhr 2015).

Dass Budzislawski von Brigitte Klump im Sommer 1954 Lenins Presseformel hören wollte, passt nicht zu dem, was sonst von ihm überliefert ist. Hans Poerschke, 1983 bis 1990 selbst Journalistik-Professor in Leipzig, hat die beiden Fronten herausgearbeitet, die sich am Vorläuferinstitut der Fakultät schon 1952 gegenüberstanden: auf der einen Seite verdiente KPD-Kämpfer wie Wilhelm Eildermann, die die Presse ganz im Sinne der »Lenin-Stalinschen Lehre« ausschließlich als Instrument der Partei sahen, und auf der anderen Budzislawski, Dietrich Schmidt und (später) Willy Walther, für die Zeitungen mehr waren als politische

Institutionen – verwandt mit der Literatur und Kinder der modernen Gesellschaft (Poerschke 2010: 159f.). Kampfinstrument der Partei vs. Spiegel der Realität: Das ist die Formel, auf die Hans Poerschke diesen Konflikt verdichtet hat. Schiedsrichter habe nach dem 13. August 1961 die Universitätsparteileitung gespielt, in Versammlungen zum Skandal um das Studentenkabarett *Rat der Spötter*, in denen die »bedingungslose Unterwerfung unter die Medienpolitik der Parteiführung« gefordert worden sei (Poerschke 2010: 176). Informationen unterdrücken, Informationen so zurechtbiegen, dass sie den eigenen Interessen dienen, eine Welt erfinden, die die eigenen Bürger für den Sozialismus begeistern soll und dem Westen keinen Angriffspunkt bietet (vgl. Fiedler 2014): Mit Budzislawskis Widerspiegelungs-Theorie hatte das nichts zu tun.

Die Erfolgsgeschichte dieses »Amerikaners« in Leipzig hat noch einen anderen dicken Schönheitsfleck – wie die Geschichte vieler Emigranten, die nach Kriegsende aus dem Westen (aus den USA, aus Frankreich, aus Großbritannien) in den Osten Deutschlands gingen. Schon im August 1949, nicht einmal ein Jahr nach Budzislawskis Ankunft in Leipzig, bekommt Willi Lehmann in der Deutschen Verwaltung für Volksbildung ein eher zurückhaltendes Zeugnis aus der Universität. Budzislawski sei zwar in die Partei eingetreten, »eine besondere Beteiligung an der Betriebsgruppenarbeit war jedoch nicht festzustellen«, schreibt Ernst Eichler, der seit Oktober 1948 »Kurator« ist, eine Art politischer Aufpasser für die Unispitze. »Ein klares Urteil kann weder in politischer noch in wissenschaftlicher Hinsicht über ihn abgegeben werden.«¹⁶ Auch die erste Zwischenbilanz, die Albert Norden, Leiter der Hauptabteilung Presse im Amt für Information, im Januar 1950 vorgelegt wird, klingt eher ernüchternd. Nur zehn Absolventen im Sommer 1949, die Prüfungen »nicht voll befriedigend«. Für den Herbst 1950 erwarte man zwar 30 Absolventen, aber die »Verbindung der Institutsarbeit zur demokratischen Presse ist Budzislawski noch nicht gelungen«.¹⁷

Sonderlich überrascht gewesen sein dürfte der »Amerikaner« folglich nicht, als ihm am 22. November 1950 mitgeteilt wird, das ZK der SED habe beschlossen, das Institut für Publizistik ohne ihn umzugestalten. Hinter Budzislawski liegt ein Kampf gegen Windmühlen. »Ich hatte meine Berufung nach Leipzig als einen Auftrag angesehen, mich zu einem großen Maße um die Ausbildung praktischer Publizisten zu kümmern, da ich selbst ja aus der Praxis komme«, schreibt er am 13. April 1950 an die Abteilung Hochschulwesen im Ministerium für Volksbildung in Berlin. Nur: Es fehle an Personal und vor allem an Orientierung. Kein Signal von Albert Norden, den Budzislawski aus den USA kennt, und keins von Hermann Axen, noch ein Westemigrant, seit 1949 Abteilungsleiter für Massenagitation im Parteivorstand. Budzislawski spricht mit Gerhart Eisler, Georg Stibi, Hans

6 Budzislawski an Sindermann, 24. November 1962. In: BA, SAPMO, DY 30/IV 2/9.02/ 67, Bl. 20.

7 Halle an Norden, 6. Januar 1950. In: BA, DR 3, 5962, nicht paginiert.

Mahle, Kurt Heiß.^[8] Das Who's Who der neuen Medienwelt im Osten Berlins. Er entwirft eine Studien- und Prüfungsordnung^[9] und schickt dieses Papier am 16. Juni 1950 auch an Paul Wandel, den Minister für Volksbildung, als der Parteivorstand wochenlang nicht reagiert.^[10] Alles vergeblich, obwohl Budzislawski auf die Erfahrungen verweist, die die Sowjetunion mit der Journalistenausbildung gemacht hat, und sogar anbietet, sich »mehr auf das Gebiet der Theorie zurückzuziehen«.^[11] Er darf zwar seinen Titel behalten, weiter im Radio sprechen und darauf hoffen, irgendwann auch wieder vor Studenten zu stehen, sein Institut aber wird Ende 1950 geschlossen.

3 Budzislawskis Kollegen: Karrieren auf Parteiticket

Als Hermann Budzislawski im Sommer 1954 die Bewerberin Brigitte Klump interviewt, haben der »Amerikaner« und die Leipziger Journalistenausbildung dreieinhalb turbulente Jahre hinter sich. Vom 27. bis 29. November 1950 überprüft eine Kommission aus Berlin alle Studenten. Im Hintergrund schon aktiv: Eduard Schulz, der eine Sternschnuppenkarriere hinlegt, wie sie nur in Zeiten radikaler Machtwechsel möglich ist und so vielleicht auch nur in den Babytagen der DDR. In den Akten taucht dieser Schulz das erste Mal am 20. November 1950 auf – in einem Schreiben an das Ministerium, das den Briefkopf der *Friedenspost* trägt, der Wochenzeitung der Gesellschaft für Deutsch-Sowjetische Freundschaft, wo Schulz seit 1949 Redakteur ist. Kein Zweifel: Hier spricht der neue starke Mann in Leipzig. Budzislawski? Sollte den Betrieb noch fortführen, bis das Ministerium sein Institut schließt, und künftig über die »Geschichte der Presse in den kapitalistischen Ländern« sprechen. »Weitere Vorlesungen kommen für ihn, soweit wir sehen, nicht in Frage.« Schulz selbst kündigt Vorlesungen über die »Geschichte der sowjetischen und der volksdemokratischen Presse« an, fordert eine »Dozentur für Praktische Journalistik und Zeitungswissenschaft« und erwähnt beiläufig, dass Hermann Axen dafür Georg Krausz vorgeschlagen habe, seit Oktober Redakteur beim *Neuen Deutschland* und vorher im Parteiparagrafen.^[12]

Wie viele Studenten die Überprüfung Ende 1950 überstehen, sagen die Unterlagen nicht zweifelsfrei. Als Eduard Schulz im November seinen Brief schreibt, sollen 101 eingeschrieben gewesen sein, davon 55 Erstsemeste.^[13] In einer Anweisung des Ministers für Volksbildung vom 8. Januar 1951 ist dann von 80 die Rede.^[14] Das

8 Budzislawski an Kippenhagen (sic!), 13. April 1950. Ebd.

9 Entwurf einer Studien- und Prüfungsordnung für Publizisten im Rahmen der Gewifa Leipzig, Mai 1950. In: BA, DR 3-B 14978 (Hermann Budzislawski), Bl. 96-100.

10 Budzislawski an Wandel, 16. Juni 1950. In: BA, DR 3, 5962, nicht paginiert.

11 Budzislawski an Kippenhagen (wie Anmerkung 8).

12 Schulz an Kippenhahn, 20. November 1950. In: BA, DR 3, 5962, nicht paginiert.

13 Ebd.

14 Minister für Volksbildung, Anweisung Nr. 81 vom 8. Januar 1951, betrifft Errichtung einer Abteilung für Publizistik und Zeitungswissenschaft an der Philosophischen Fakultät der Universität Leipzig. In: Uni-

stimmt in etwa mit den Zahlen überein, die das neue Institut für Publizistik und Zeitungswissenschaft Anfang 1952 vorlegt (78 übernommen, elf exmatrikuliert). An den ersten Budzislawski-Studenten und an ihrem Professor lässt dieser Bericht kein gutes Haar. »Bürgerliche und kleinbürgerliche Elemente« seien das gewesen. Berufsziel: unklar, Vorlesungsbesuch: zufällig. »Was den Studenten in diesen Vorlesungen dargeboten wurde, war zumindest unmarxistisch. Grundlage bildeten die Methoden der Schools of Journalism. Es wurde versucht, diese ›Theorien‹ auf unsere Aufgaben und Verhältnisse anzuwenden.« Namentlich genannt wird zum Beispiel Carl N. Warren, der 1934 ein Buch über Nachrichtenfaktoren vorgelegt hatte (vgl. Warren 1934).¹⁵

Eduard Schulz ist da schon wieder Geschichte, fristlos gekündigt Ende Juni 1951 nach »Vergewaltigungsvorwürfen« (Schemmert/Siemens 2013: 210). Hermann Budzislawski hat Gerhard Harig, Staatssekretär für Hochschulwesen, schon am 14. Mai wissen lassen, dass er »Dinge« über Schulz erfahren habe, die »eine Zusammenarbeit ausschließen« würden. Anlass dieses Briefes ist die Situation des »Amerikaners«. Das Gehalt kommt zwar nach wie vor, »aber meine Professur schwebt im luftleeren Raum«. Er wisse nicht, ob er im Sommersemester, das längst begonnen hat, überhaupt lese und was er dann vorbereiten oder ankündigen solle.¹⁶ Zwei Monate später, als Budzislawski erneut an Harig schreibt, hat sich an seiner Lage nichts geändert. Fred Oelßner, Sekretär für Propaganda im ZK, hat ihm aber inzwischen mitgeteilt, dass die Partei ihn weiter als akademischen Lehrer sehe und dass »eine Neuordnung der Institutsangelegenheiten unmittelbar« bevorstehe.¹⁷ Diese »Neuordnung« wird am Ende dieses heißen Sommers dann Wilhelm Eildermann anvertraut, einem der beiden Professoren, bei denen Ingeborg Schmidt »kein Wort gelernt« hat. Der andere, Heinrich Bruhn, ist schon seit Februar 1951 Professor und wird das bis zum 1. Januar 1977 bleiben. Mit der Universität hatten beide vorher nichts zu tun.

Bruhn, 1913 als Sohn eines Tischlers und einer Arbeiterin in Holstein geboren und damit einer der jüngsten »misstrauischen Patriarchen« im Generationengefüge der DDR (vgl. Schüle/Ahbe/Gries 2006), hat früh Kontakt zur Arbeiterbewegung, wächst über den Jungspartakus und den Jugendverband in die KPD hinein und wird 1936 wegen »Vorbereitung zum Hochverrat« zu zweieinhalb Jahren verurteilt. Abgesehen unter anderem im KZ Fuhlsbüttel, mit Frau und Mutter. 1939 eingezogen und Anfang 1945 von den US-Amerikanern gefangen genommen. Nach der Freilassung im Mai wird Heinrich Bruhn zunächst Polizist in den Mansfeld-Betrieben, dann Funktionär (Sekretär im SED-Kreisvorstand Hettstedt) und

versitätsarchiv Leipzig (UAL), Phil Fak B 01_14_50, Bd. 2, Bl. 7.

15 Heinrich Bruhn; Horst Illmayer: Übersicht der Bedingungen für die Entwicklung von Pressekadern an der Universität Leipzig, 11. Januar 1952. In: BA Berlin, NY 5251/63 (Nachlass Eildermann), Bl. 206-224.

16 Budzislawski an Harig, 14. Mai 1951. In: BA, DR 3-B 14978 (Hermann Budzislawski), Bl. 102.

17 Budzislawski an Harig, 11. Juli 1951. Ebd., B. 103.

1948 schließlich Redakteur bei der Tageszeitung *Freiheit*. Wie bei Eduard Schulz geht plötzlich alles sehr schnell: 1949 zur Landespartei­schule delegiert, gleich als Lehrer dabeihalten, im Juni 1950 Leiter der Nachwuchsschule für Redakteure beim ZK der SED in Kleinmachnow, von dort nach einem einzigen Lehrgang an die Universität berufen, »mit vollem Lehrauftrag für das Fach ›Geschichte der KPdSU (B)‹«. Auch der Einkommenssprung ist gewaltig: von 720 Mark in Kleinmachnow auf 2800 in Leipzig. Ein Blick in Bruhns Personalakte zeigt, dass diese Entscheidung Hals über Kopf fiel. Als die Universität das Staatssekretariat in Berlin am 1. März 1951 um eine Berufung zum 1. Februar bittet (also rückwirkend), liegen in Leipzig noch nicht einmal die Personalunterlagen vor.¹⁸⁾

Ob Heinrich Bruhn diese Blitzkarriere genießen konnte? Mit dem »Fall Schulz« im Nacken und später dann mit Studentinnen wie Brigitte Klump, die sehr genau registrierten, dass er keinen Dokortitel führte? »Ich habe mir meine Professur nicht erschlichen«, sagt Bruhn bei Brigitte Klump (1991: 59) in einem persönlichen Gespräch mit der Studentin, vermutlich noch in ihrem ersten Studienjahr, 1954/55. »Ich habe sie für Verdienste in der Arbeiterbewegung bekommen.« In den Akten bittet Bruhn im Frühjahr 1955, zur Kasernierten Volkspolizei gehen zu dürfen. Kaderinstrukteur Schöne schreibt, der Professor habe »große Schwierigkeiten, den Anforderungen der Universität gerecht zu werden«. Seine »umfangreiche politisch wichtige Tätigkeit« mache es ihm schwer, »sich wissenschaftliche Arbeitsmethoden und Kenntnisse anzueignen.¹⁹⁾ Bruhn ist seit Oktober 1954 Abgeordneter der Volkskammer, in der Fraktion des FDGB, wie eine Wahlperiode später Budzislawski. Die Partei braucht Bruhn aber an der Universität und delegiert ihn 1956 an die Parteihochschule nach Moskau, wo er 1959 ein Diplom als Gesellschaftswissenschaftler bekommt. Das ist noch keine Promotion, aber auch nicht mehr der »Professor ohne Abitur«, bei dem Brigitte Klump (1991: 59) studiert hat.

Auch Wilhelm Eildermann, 1897 in Bremen geboren, die Eltern Tabakarbeiter und Hausfrau, bringt kein Abitur mit nach Leipzig, dafür aber jahrzehntelange Praxiserfahrung. Schon mit 15 Volontär bei der *Bremer Bürgerzeitung*, arbeitet er in den 1920er-Jahren bei zahlreichen KPD-Blättern, wird 1929 Chefredakteur der *Tribüne* in Magdeburg und wenig später zu 21 Monaten Festungshaft verurteilt. Ein »Wanderredner« (der alte Eildermann 1977 über den jungen), gestählt durch Illegalität, Gefangenschaft und Flucht, die ihn 1944 in die Redaktion der Zeitung *Freies Deutschland* nach Moskau führt und schließlich in die Antifa-Schulen. Dass dieser Mann nach seiner Rückkehr in den Osten Berlins den *Pressedienst* der SED-Führung leitet, passt in seinen Lebenslauf. Die Professur in Leipzig tut das

18 Personalbogen Heinrich Bruhn vom 20. März 1951; Lebenslauf, ohne Datum; Universität Leipzig an das Staatssekretariat für Hochschulwesen, 1. März 1951. In: UAL, PA 356 (Heinrich Bruhn), Bl. 1f., 9, 30.

19 Schöne, Kaderinstrukteur: Beurteilung des Genossen Professor Heinrich Bruhn, 29. April 1955. Ebd., Bl. 38f.

nicht. Die Partei schickt Wilhelm Eildermann im Spätsommer 1951 an die Universität, weil die Sternschnuppe Eduard Schulz viel zu schnell verglüht ist.

Der Fehlgriff Eduard Schulz hat Folgen, die über die Berufung des Feuerwehrmanns Wilhelm Eildermann hinausgehen. Die Pläne, das Institut für Publizistik und Zeitungswissenschaft zu einer Fakultät oder gar zu einer selbständigen Hochschule auszubauen, müssen von einem Tag auf den anderen auf Eis gelegt werden. Am 2. Mai 1951 treffen sich Heinrich Bruhn und Eduard Schulz in Leipzig mit Vertretern der Universität, des Ministeriums und der Abteilungen Agitation und Propaganda im ZK der SED, um die Zukunft der Journalistenausbildung in der DDR abzustecken. Ergebnis: Personal, Geld und Zeit reichen im Moment noch nicht für eine ganz neue Einrichtung, die nur noch dem Amt für Information untersteht. Also eine Nummer kleiner: eine eigene Fakultät mit Internat in Leipzig. Frei sein von den akademischen Fesseln, die eine Philosophische Fakultät den angehenden Journalisten selbst in der sozialistischen DDR anlegt. Berufungen, Promotionen, Habilitationen: Warum die anderen Disziplinen mitreden lassen, wenn es doch um die Herolde des neuen Vaterlandes geht? Eine Zuordnung zur Philosophischen Fakultät werde »aus politischen Gründen für unzumutbar gehalten«, sagt die kleine Runde am 2. Mai 1951. Zwei Wochen später rudert Staatssekretär Harig zurück. Handschriftlich notiert er auf dem Sitzungsprotokoll: »Angesichts der ungeklärten Lage in Leipzig (Prof. E. Schulz) ist die Umwandlung in eine Fakultät jetzt unmöglich.«.^[20]

Ziemlich genau drei Jahre später (am 14. Mai 1954) ist es dann doch soweit: Wilhelm Eildermann schreibt wieder an den Staatssekretär und beantragt die Gründung einer Fakultät für Journalistik. 1951 sei ein solcher Schritt noch nicht erwogen worden (eine glatte Lüge; auch Gerhard Harig muss es besser wissen), »weil die wissenschaftlichen Kader fehlten, weil über Umfang und Verlauf der Ausbildung noch nicht völlige Klarheit herrschte und weil man noch nicht übersehen konnte, ob das Institut die gestellten Aufgaben erfüllen würde.« Jetzt, drei Jahre später, sei aber klar, dass diese Konstellation »den Besonderheiten der Journalistik nicht gerecht werden konnte«. Eildermann verweist auf die sonst »nicht übliche Aufnahmeprüfung«, auf die »besondere Art der Werbung«, die durch diese Prüfung notwendig werde, auf die »praktische Ausbildung«, die »in einzelnen Fällen« auch verlangt habe, »erfahrene Fachleute aus der Pressepraxis zu berufen, die nicht immer ein Universitätsstudium nachweisen können«, sowie auf die »besonders intensive politisch-moralische Erziehung, die unter anderem auch durch die Zusammenfassung der Studierenden in einem Internat begünstigt wird.«.^[21]

20 Felix-Heinrich Gentzen: Bericht über die Besprechung am 2.5.1951 im Institut für Publizistik in Leipzig, 9. Mai 1951. In: BA, DR 3/5962, nicht paginiert.

21 Eildermann an Harig, 14. Mai 1954; Antrag auf Fakultätsgründung. In: UAL, Phil. Fak B 01 14 50, Bd. 2, Bl. 61-66, hier 62-64.

Der Antragsteller weiß, was er dem Zeitgeist schuldig ist. Die »einzelnen Fälle«, von denen Eildermann spricht, sind in Leipzig die Regel. Von den Professoren hat nur Wieland Herzfelde eine höhere Schule besucht. Von ihm wird gleich noch zu sprechen sein. Karl Jakobi, der ab September 1951 anderthalb Jahre »zeitgenössisches Pressewesen« lehrt, kommt wie Bruhn und Eildermann aus der alten KPD. Er ist Chefredakteur der *Landes-Zeitung* in Schwerin, als ihn der Ruf der Universität ereilt, und wird im Mai 1953 vom Sekretariat des ZK der SED als Chefredakteur zur *Volksstimme* nach Magdeburg geschickt.^[22] Hedwig Voegt, seit Herbst 1953 Dozentin für Literaturgeschichte, hat bei der Telegraphen-Union gelernt, ist 1925 in die kommunistische Partei eingetreten und wurde von den Nationalsozialisten unter anderem im Zuchthaus Lübeck-Lauerhof und in Fuhlsbüttel eingesperrt. Im Februar 1954 trifft außerdem Wladimir Andrejewitsch Ruban aus Kiew ein und bringt, folgt man Wilhelm Eildermann, »die Erfahrungen der Sowjetwissenschaft nach Leipzig«.^[23] Ruban bleibt bis Ende Juli 1956. Sein Thema ist die Geschichte der Presse daheim. »Eigentlich waren das keine akademisch ausgebildeten Lehrer«, sagt Heinz Halbach ein halbes Jahrhundert später über den Habitus seiner Lehrer. »Von systematischer Forschungsarbeit hatten alle keine Ahnung. Sie hatten Lebenserfahrung und waren politisch aktiv gewesen. Mehr nicht. Deshalb pickten sie aus dem Kreis der Studenten Leute heraus, von denen sie meinten, das könnten vielleicht mal Wissenschaftler werden. Alle Seminare wurden damals von Hilfsassistenten wie mir geleitet. Es gab einfach nicht so viele Assistenten« (Halbach 2017).

Groß gefragt wurden die Auserwählten nicht. Heinz Halbach: »Im Juli 1954 lud Wilhelm Eildermann sieben, acht Leute aus unserem Studienjahr ein und sagte: Ihr arbeitet hier ab dem 1. September als Assistenten. Ich meldete mich sofort und erwiderte: Nein, ich bin dagegen. Ich fühle mich nicht geeignet. Eildermann sagte: Naja, aber die Abteilung Agitation des ZK hat euch bereits bestätigt.« Aus der Traum, »etwas Vernünftiges« (Halbach) zu machen, richtig studieren zum Beispiel oder für die Zeitung schreiben. »Später kamen Kommissionen, die mit jedem Absolventen geredet haben«, sagt Heinz Halbach. »1954 wurde überhaupt nicht gefragt. Du wirst da eingesetzt, Schluss.« Halbach hat von nun an »fast jedes Jahr eine neue Funktion«. Pressegeschichte, Auslandspresse, Fernstudium (vgl. Halbach 2017). Seinen gleichaltrigen Kolleginnen und Kollegen geht es nicht anders. Eine akademische Karriere ist (noch) keine Option – weil man an die Universität gekommen ist, um sich auf den Journalismus vorzubereiten, weil schon das für Arbeiterkinder mehr ist, als sich ihre Familien hatten vorstellen können, weil es keine wissenschaftlichen Vorbilder gibt, an denen man sich orientieren kann. Journalistik ›Made in Leipzig‹ muss erst noch erfunden werden (vgl.

22 BA, DR 3-B 15062 (Karl Jakobi).

23 Eildermann an Rektor Georg Mayer, 4. September 1954. In: UAL, Journ. Fak 28, Bl. 2-7, hier 4.

Meyen/Wiedemann 2017). Von Feldautonomie kann zu diesem Zeitpunkt keine Rede sein.

Ein Mix aus Jungspunden, die mehr oder weniger freiwillig vor den Studenten stehen, und aus alten KPD-Kämpfern, die die Universität als Professoren das erste Mal von innen sehen: Darunter leidet die Reputation der jungen Disziplin (oder mit Bourdieu: ihr wissenschaftliches Kapital). Genau wie in der Bundesrepublik, wo renommierte Praktiker wie Walter Hagemann (Münster), Fritz Eberhard (FU Berlin), Hanns Braun und Otto B. Roegele (München) die Publizistik- und Zeitungswissenschaft aus dem Sumpf der NS-Verstrickung ziehen, aber erst 1968 die erste Habilitation feiern können (Kurt Koszyk an der FU), wird der Neuling aus der Medienwelt von den alteingesessenen Disziplinen auch in der DDR geschnitten. Die Parteileitung der Universität ist im Juli 1954 zwar für die Fakultätsgründung mit Promotionsrecht, nimmt aber die Bedenken ernst (»keine habilitierten Professoren«) und fordert die Genossen auf, enger mit der Hochschulleitung und dem Staatssekretariat zusammenzuarbeiten, statt sich »wie bisher« zu isolieren und »nur mit der Fachabteilung im ZK« zu verkehren.^[24]

Das Promotionsrecht bekommt die Fakultät für Journalistik trotzdem erst 1960.^[25] Vorher entscheidet das Staatssekretariat »von Fall zu Fall«. Begründung: zu wenig Promovierte, zu wenig Professoren im Wissenschaftlichen Rat der Fakultät.^[26] Auch die Partei kann nicht helfen, selbst Franz Dahlem nicht, Stellvertreter des Staatssekretärs und (wichtiger) nach seiner Rehabilitierung ab Februar 1957 Mitglied des ZK der SED. Die »Hochschultradition« ist selbst in einer Diktatur des Proletariats nicht von heute auf morgen zu schleifen.^[27] Der Plan für eine Journalistik-Hochschule in Berlin, den Emil Dusiska in der zweiten Hälfte der 1960er-Jahre entwickelt und dabei (ohne es zu sagen) an den ersten entsprechenden Versuch aus den frühen 1950er-Jahren anknüpft, wird ausdrücklich das Promotionsrecht vorsehen.^[28]

Auch Berufungen wären an dieser Dusiska-Hochschule leichter durchzusetzen gewesen als an der Leipziger Universität. Während die anderen Disziplinen auch in der DDR spätestens ab Mitte der 1950er-Jahre die Dreierlisten an das Ministerium schicken, die man aus anderen deutschen Staaten kennt,^[29] hat die

24 Parteiorganisation der SED an der Karl-Marx-Universität an das Staatssekretariat für Hochschulwesen, 22. Juli 1954. In: BA, DR 3, 5958 (nicht paginiert).

25 Vgl. Fakultät für Journalistik: Vorschriften für Promotionsverfahren an der Fakultät für Journalistik der Karl-Marx-Universität Leipzig, 7. Januar 1960. In: UAL, Journ. Fak 44, Bl. 3-10.

26 Schad, Staatssekretariat für Hochschulwesen, an Dr. Karras, Abteilungsleiter, 4. Dezember 1956. In: BA, DR 3, 4089 (nicht paginiert).

27 Staatssekretär für Hochschulwesen an Franz Dahlem, 1. Februar 1957. Ebd. Vgl. Karras an Georg Mayer, 30. April 1957. Ebd.

28 Vgl. Vorlage an das Sekretariat des ZK der SED, betr. Verlegung der Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität Leipzig von Leipzig nach Berlin und ihre Umbildung in eine »Hochschule für Journalistik« der DDR, 15. Juli 1970. Ausgearbeitet von Georg Förster, unterschrieben von Werner Lamberz. Nicht im Sekretariat behandelt. In: BA, SAPMO, DY 30/5462, Bl. 203-207, hier 203.

29 Vgl. Budzislawski an Georg Mayer, 24. November 1956. In: BA, DR 3-B, 13898 (Teubner), Bl. 27f.

Journalistik in aller Regel nur einen Kandidaten – und der erfüllt die üblichen Standards eigentlich nicht. Um die Personalnot nur mit einem Beispiel zu illustrieren: Als Hermann Budzislawski dem Rektor am 11. August 1959 vorschlägt, Arnold Hoffmann mit der Wahrnehmung einer Dozentur für Bildjournalistik zu beauftragen, muss er regelrecht betteln, denn der Kandidat hat gerade erst sein Diplom bekommen, im Fernstudium, als Chefredakteur der Illustrierten DDR. Ein »neues Gebiet«, schreibt Budzislawski. Folglich kaum »Fachleute«, schon gar nicht »mit entsprechender akademischer Laufbahn«. Man müsse deshalb »sehr oft auf erprobte Kräfte der Praxis zurückgreifen, um erst einmal das Fundament zu legen«. Zum Glück habe das ZK nun eine solche Kraft empfohlen (der Wink mit der Macht), und der Rektor möge schnell entscheiden, da Hoffmann »sonst anderweitig verwendet wird«. Gute Leute mit der richtigen Einstellung und einer reinen Vita sind auch im zehnten Jahr der DDR Mangelware. Budzislawskis Angebot: Arnold Hoffmann werde in zwei Jahren einen Dokortitel haben.^[30] Dass das dann dreieinhalb Jahre dauert, ist kein Makel, sondern bei acht Jahren Durchschnitt vom Studienabschluss bis zur Promotion (so eine Zwischenbilanz von 1965) fast ein Sprint.^[31] Egal ob Professur oder Dozentur: Das Problem der formalen Qualifikation bleibt den Leipziger Journalistenausbildern erhalten. 15 Jahre später wird im Dreieck Universität-Ministerium-Partei nicht mehr über die Promotion diskutiert, sondern über fehlende Habilitationen.^[32]

Das größte Missverständnis in der Leipziger Gründerriege ist Wieland Herzfelde, der Hermann Budzislawski aus den USA kannte und 1949 auf dem gleichen Ticket wie sein späterer Dekan an die Universität Leipzig kam. Gründungsmitglied der KPD, vor allem aber eine Verleger-Legende. Der Malik- und der Aurora-Verlag gehören zum Schrein der deutschen Linken. Trotzdem: Ein Professor war dieser Wieland Herzfelde nicht. Gerhard Menz, jeder Parteinarbeitnehmer unverdächtig (vgl. Jedraszcyk 2017b), zweifelte schon im August 1948 in einem Gutachten, dass eine dreiseitige Rezension (die einzige akademische Publikation des Kandidaten, die zu finden war) reiche, um jemanden als Professor für Literatur zu berufen, »ganz abgesehen davon, dass dazu auch das akademische Lehrgeschick gehört, wofür vorläufig keinerlei Belege vorliegen«. ^[33] Das Ministerium in Dresden sieht das Ende 1949 ganz ähnlich, weiß aber, dass das Versprechen an den berühmten Genossen nicht »ohne Kränkung« zurückgenommen werden kann.^[34]

30 Hermann Budzislawski an Georg Mayer, 11. August 1959. In: BA Berlin, DR 3-B, 11549 (Arnold Hoffmann), Bl. 37f.

31 Fakultät für Journalistik, Parteileitung: Ergänzungen der Kaderanalyse vom 17.3.1965, 5. Mai 1965. In: UAL, Journ. Fak. 43, Bl. 14-19, hier 14.

32 Vgl. exemplarisch Protokollnotiz von Hans Piazza (Prorektor für Gesellschaftswissenschaften) über Besprechung bei Minister Schirmer am 14.9.76 zum Sekretariatsbeschluss vom 3.12.75. In: UAL, SJ 2, Bl. 3-7.

33 Gutachten von Gerhard Menz, 18. August 1948. In: UAL, PA 573 (Herzfelde), Bl. 15.

34 Rocholl, Landesregierung Sachsen, an das Ministerium für Volksbildung der DDR, Abteilungen Hochschulen und Wissenschaft, 15. November 1949. In: BA, DR 3-B, 15048 (Herzfelde), Bl. 27.

Herzfelde und sein Lehrstuhl wechseln zum 1. September 1952 an das Institut für Publizistik und Zeitungswissenschaft. Direktor Eildermann bittet den Rektor schon ein halbes Jahr später, diese Entscheidung zurückzunehmen. Er habe überhaupt erst kurz vor Weihnachten davon erfahren und sei bis dahin davon ausgegangen, dass Herzfelde zwar Vorlesungen am Institut hält (über Weltliteratur sowie über Literatur und Kunstkritik), ansonsten aber bei den Germanisten bleibe.^[35] Da man dort froh ist, das Kuckucksei los zu sein, hat die Fakultät für Journalistik fortan einen Klotz am Bein. Erst im Herbst 1958 ist Herzfelde bereit, sich bis zur Pensionierung beurlauben zu lassen, obwohl sich Institutsdirektor und Dekan beim zuständigen Staatssekretariat in Berlin permanent über die Bequemlichkeit und die Unfähigkeit ihres Kollegen beklagen.

Daniel Siemens (2013: 32-37) hat das Porträt eines »Außenseiters« geschrieben, den die DDR zwar gebraucht habe, um sich mit einem großen Namen zu schmücken, der dann aber an der Universität um jeden Einfluss gebracht worden sei, vielleicht sogar mit antisemitischen Motiven. Die Akten zeichnen ein anderes Bild. Hier ist Wieland Herzfelde ein Mann, der die Professur als verdienten Lohn für seine Dienste an der Sache sieht. Anders als Bruhn oder Eildermann bemüht er sich nicht einmal darum, die Standards der Universität zu bedienen, und verärgert so die Kollegen. Wilhelm Eildermann muss dem Staatssekretariat schon im Sommer 1953 versprechen, Herzfeldes Vorlesungen durch offene Kritik zu verbessern, statt Studenten und Lehrkräfte weiter »hinter seinem Rücken munkeln« zu lassen. Die Beteiligten wissen, dass der Professor buchstäblich »auf der Straße läge«, wenn man seinen Lehrstuhl streichen würde.^[36] Budzislawskis Interventionen in Berlin sind dann Legion. Zwei Kostproben: »Die Zusammenarbeit mit Prof. Herzfelde wird unmöglich, sobald von ihm die Erfüllung seiner Amtspflichten verlangt wird« (Budzislawski am 8. Dezember 1955).^[37] Und: »Herzfelde hat noch niemals Forschung betrieben und weiß gar nicht, was das ist« (Budzislawski am 1. August 1958).^[38] Dieser Streit ging an Studenten und Mitarbeitern nicht vorbei. »Damals verstand ich wirklich die Welt nicht mehr«, sagt Heinz Halbach im Rückblick. »Diese berühmten Professoren, berühmte Antifaschisten, beide Juden. Und bekriegen sich. Ich habe versucht zu schlichten, was mir aber nicht gelungen ist« (Halbach 2017).

4 Ausbildungsinhalte: Die Journalistik auf dem Weg zu einem Praxisstudium

In der Literatur hält sich die Vorstellung, dass die Fakultät für Journalistik an der Universität Leipzig 1954 nach »Moskauer Vorbild« gegründet worden sei

35 Eildermann an den Rektor, 28. Februar 1953. Ebd., Bl. 77.

36 Zeuske, Aktennotiz über ein Gespräch mit Wilhelm Eildermann, 31. Juli 1953. Ebd., Bl. 79.

37 Budzislawski an Nultsch, Abteilungsleiter im Staatssekretariat, 8. Dezember 1955. Ebd., Bl. 175f., hier 176.

38 Budzislawski an Bönninger, Stellvertreter des Staatssekretärs, 1. August 1958. Ebd., Bl. 114f., hier 115.

(Jedraszczyk 2017a). An der Lomonossow-Universität gab es seit 1952 eine Fakultät für Journalistik, ausgegründet aus der Philologischen Fakultät, die seit 1947 eine Abteilung Journalistik hatte. Bis dahin war es in der Sowjetunion üblich, den Pressenachwuchs an Parteischulen zu trainieren, ohne jeden akademischen Hintergrund (vgl. Zassursky 2016). Der Journalist als Funktionär der KPdSU.

Eduard Schulz und Wilhelm Eildermann, die länger in der Sowjetunion gearbeitet haben, könnten dieses System kennengelernt haben. Genau wie Hermann Budzislawski verweisen beide in Konzeptpapieren und Briefen immer wieder auf das Mutterland des Sozialismus. Rhetorische Begleitmusik, die die Entscheider gnädig stimmen soll. Vielleicht hat zumindest Schulz tatsächlich entsprechende Pläne. Im Bericht der *Leipziger Volkszeitung* über seinen Antrittsbesuch heißt es am 7. Januar 1951 ausdrücklich, der neue Professor werde »die Erfahrungen der Sowjetpresse« anwenden. »Vorbild für die Arbeit des Instituts werden die publizistischen Abteilungen an den Universitäten Moskau und Leningrad sein.«.³⁹⁾ Der Gedanke, eine eigene Fakultät zu gründen und dafür ein Internat zu schaffen, taucht am 30. November 1950 das erste Mal in den Akten auf – kurz nachdem Eduard Schulz auf der Bildfläche erschien und die Studenten überprüft worden waren. Material aus der Sowjetunion steht plötzlich auf der Tagesordnung: Lektionen aus Moskau und Leningrad sollen beschafft werden, Literatur, Zeitungen und Zeitschriften.⁴⁰⁾ Nach dem Abgang von Schulz sucht das Staatssekretariat im Sommer 1951 fieberhaft einen Gastprofessor, der die Vorlesung über sowjetische Publizistik übernehmen kann, und hofft, dass die Bruderpartei hilft.⁴¹⁾ Ein echter Sowjet-Bürger (Wladimir Andrejewitsch Ruban aus Kiew) trifft aber erst im Februar 1954 in Leipzig ein.

Vorher kennen die Leipziger Professoren zwar die Studienpläne aus der Sowjetunion,⁴²⁾ wirklich nützlich ist das jedoch nicht. Sie wissen: Es läuft dort ziemlich anders als in der DDR. Der Journalismus ist anders, die Tradition ist anders, und die Praxis hat andere Wünsche. Auf Bitte von Wilhelm Eildermann beschreibt der Moskauer Dozent Juschin im Februar 1954 die beiden Abteilungen seiner Fakultät: Zeitung und Verlag. »Wenn ich Ihrem Brief nach urteile, unterscheiden sich die Aufgaben des Instituts ein wenig von den Aufgaben, die vor unserer Fakultät stehen. Ist es so?«⁴³⁾ Im Klartext: Selbst wenn Eildermann gewollt hätte, kann er das sowjetische Modell nicht kopieren. Es gibt dieses Modell so auch noch gar nicht. Im Juli 1954 lehnen die Moskauer ab, Vorlesungen an Eildermann zu schicken. Die beiden frag-

39 CL: Ein neues Institut für Publizistik. In: *Leipziger Volkszeitung* vom 7. Januar 1951.

40 Vgl. Schulz an den Leipziger Oberbürgermeister, 30. November 1950; Aktennotiz »Neues Institut für Publizistik in Leipzig«, ohne Datum (Ende 1950). In: BA, DR 3, 5962 (nicht paginiert).

41 Gerhard Harig an die Abteilung Propaganda im ZK der SED, 8. August 1951. Ebd.

42 Zumindest liegen die Lehrpläne der Moskauer Abteilung Journalistik (also aus der Zeit vor der Fakultätsgründung an der Lomonossow-Universität) im Leipziger Universitätsarchiv: Journ. Fak. 59, Bl. 48-51, 52f.

43 Juschin an Eildermann, 10. Februar 1954. Ebd., Bl. 59-63, hier 63.

lichen Themen (Industrie und Landwirtschaft in der Sowjetunion) hätten 1953/54 Premiere gehabt und müssten nun erst einmal überarbeitet werden.^[44]

Im September 1954, die Leipziger Fakultät ist gerade gegründet, fährt Heinz Mießlitz nach Moskau, Sektorenleiter in der Abteilung Wissenschaft und Propaganda des ZK der SED. Ein ausführlicher Bericht aus erster Hand, jetzt erst. Das Ergebnis ist ernüchternd. Die Moskauer Fakultät bildet »literarische Redakteure« aus und »Wissenschaftler auf dem Gebiet des Verlagswesens«. Die ersten vier Semester nur Vorlesungen und die Seminare ab dem fünften dann zu Übersetzungen, zum literarischen Stil, zur »Redaktion der Massenliteratur«. Kaum Lehrbücher, nur Hilfsmaterial. Die Wissenschaft der Journalistik müsse auf »der ganzen Welt« erst entwickelt werde. Trotzdem rät der Moskauer Dekan, »die Ausbildung redaktioneller Kader auch bei uns in ähnlicher Weise zu entwickeln«. Schließlich brauche auch die DDR »gute Fachliteratur und andere Bücher«. ^[45]

Das mag sein. Noch mehr brauchte die DDR Journalisten, die für die Sache sind und schreiben können. In der zweiten Hälfte der 1950er-Jahre gibt es einen regen Brief- und Reiseverkehr zwischen Leipzig und den großen sowjetischen Fakultäten. Man schickt sich Lehrpläne, Literatur, Übungszeitungen. Hermann Budzislawski fährt nach Leningrad, Moskau, Kiew. Er sieht dort, dass die Kollegen mit den gleichen Problemen zu kämpfen haben wie er. Alteingesessene Disziplinen, die die Journalistik vertreiben wollen. Praktiker, die sich als Künstler verstehen und nicht glauben wollen, dass man den Journalismus lernen kann. Erster Dekan in Moskau ist Jewgeni Chudjakow, vorher stellvertretender Chefredakteur der Tageszeitung *Iswestija*. Die beiden Genossen sprechen auf Augenhöhe miteinander. Suchende, die neugierig auf das sind, was die anderen gerade ausprobieren. Wenn Budzislawski es nicht schon vorher gewusst hat, sieht er auf diesen Reisen auch den wichtigsten Unterschied: Dort wird in Philologie investiert und hier in redaktionelles Handwerk. Der Journalist Chudjakow wird in Moskau schnell erst inoffiziell und 1965 dann auch offiziell von Yassen Zassursky abgelöst, einem ausgewiesenen Literaturwissenschaftler aus guter Familie (schon der Vater vertrat die Sowjetunion im Ausland), spezialisiert auf amerikanische Romanciers (vgl. Zassursky 2016). Fazit der Leipziger Delegierten: In der Sowjetunion würden Universitäten, Praktiker und die »leitenden Genossen« die »praktizistische Methode der Ausbildung, wie sie in den USA üblich ist, völlig« ablehnen. ^[46]

Auch der »Amerikaner« in Leipzig führt nicht sofort Labor-Klassen ein, in denen die Studenten fast wie im richtigen Journalistenleben Artikel produzieren und redigieren. Für ein solches »Übungssystem« braucht es gut anderthalb Jahr-

44 Chudjakow an Eildermann, 21. Juli 1954. Ebd., Bl. 66.

45 Notizen des Genossen Mießlitz, Besuch der Journalistischen Fakultät der Lomonossow-Universität am 16. September 1954. Ebd., Bl. 1-4.

46 Bericht über die Studienreise in die Sowjetunion, 21. Mai bis 4. Juni 1957. In: BA, DY 30 / IV 2 / 9.04 / 230, Bl. 1-21, hier 1f.

zehnte und den starken Arm von Emil Dovifat, der die Mitarbeiter des »Instituts für Theorie und Praxis der Pressearbeit« gleich nach seiner Berufung im Studienjahr 1966/67 weitgehend von der Lehre befreit und das Curriculum entwickeln lässt, über das der Nachwuchs dann bis zum Ende der DDR an den Journalismus herangeführt wird⁴⁷⁾ (vgl. Röhr 2015). In Budzislawskis erstem Studienplan von Mitte 1950 gibt es neben marxistischen Fächern, Allgemeinbildung und Fremdsprachen (also ganz viel Stoff) lediglich Praktika und Übungen in deutscher Sprache. Talent ist aber schon hier wichtig: »Die Sprachprüfung muss darüber entscheiden, ob der betreffende Student sich für das Studium der Publizistik eignet. Bei schlechter Leistung Wechsel der Fachrichtung!«⁴⁸⁾ Wer wie Heinz Halbach im Herbst 1951 anfängt, hat dann in den ersten beiden Jahren jede Woche vier Stunden Deutsch (»Sprache und Stilistik«) und vier Stunden Praxisübungen.⁴⁹⁾

Zu wenig, sagt die Redaktion des *Neuen Deutschland* im Juni 1952, weil die Praktikanten aus Leipzig nicht »in der Lage sind, in dem schnellen Tempo der Pressearbeit gut und verantwortlich zu arbeiten«.⁵⁰⁾ Immer noch zu wenig, sagen der Verband der Deutschen Presse (VDP) und dann auch die Parteiführung 1955, obwohl bei den Aufnahmegesprächen die Eignung für den Beruf von Anfang an mindestens genauso wichtig ist wie die Gesinnung und obwohl viele Studenten nicht nur im Seminarraum schreiben, sondern in den Ferien oder zwischendurch auch in richtigen Redaktionen. Ingeborg Schmidt spricht heute von »Trockenschwimmübungen« an der Universität, immer einen Tag in der Woche. »Dort wurden die Genres aufgeteilt und abgearbeitet. Nachricht, Bericht, Porträt, Feuilleton, Reportage. Das haben wir der Reihe nach gelernt. Außerdem gab es Vorlesungen dazu. Wir konnten uns dann selbst daran versuchen, vielleicht fünf Stunden lang. Und dann haben wir uns das gegenseitig vorgelesen und ausgewertet. Das war alles nicht für die Zeitung gedacht, aber trotzdem anstrengend.« Trockenschwimmen eben. »Ich habe das bedauert. Die Nachrichten, die ich als Volkskorrespondentin geschrieben habe, sind immer veröffentlicht worden.« Auf den Deutschunterricht lässt sie dagegen bis heute nichts kommen. »Dafür war ich dankbar. Die Stilistik war für mich ein integraler Bestandteil des Studiums. Wir hatten ja viel, was nicht unbedingt zum Beruf gehört hat. Deutsche Sprache und Stilistik: Das war unser Handwerkszeug.«

Wenn man nach sowjetischen Einflüssen in Leipzig sucht, wird man am ehesten in diesem Bereich fündig. Joachim Pötschke (1997: 142f.), 1951 Absolvent der

47 Ordnung für das System journalistischer Übungen im Direktstudium zur Ausbildung von Diplomjournalisten. Unterschrieben von Franz Knipping, 14. Juli 1967. In: UAL, Journ. Fak 78, Bl. 1-15.

48 Entwurf einer Studien- und Prüfungsordnung für Publizisten im Rahmen der Gewifa Leipzig, Mai 1950. In: BA, DR 3-B, 14978 (Budzislawski), Bl. 96-100, hier 97.

49 Studienplan für das Fach Publizistik- und Zeitungswissenschaft, ohne Datum (Ende 1951). In UAL, Phil_Fak_B_01_14_50_Bd_02, Bl. 24-26.

50 Bodesheim: Bericht über die Kontrolle des Berufspraktikums der Publizistik-Studenten des 2. Studienjahres in der Redaktion des ND, 28. Juni 1952. In: BA, DR 3, 5962 (nicht paginiert).

Vorläufereinrichtung der Fakultät für Journalistik und 1977 bis 1989 Professor für Stilistik der Sprache im Journalismus, hat auf eine Vorlesung von Waldimir Ruban hingewiesen (das ist der Gastprofessor aus Kiew), die schnell gedruckt worden sei (vgl. Ruban 1954), sowie auf ein Lehrbuch der Moskauer Linguistin Elise Riesel (1959). Beide Veröffentlichungen haben auch einen Platz in den Erinnerungen von Werner Michaelis (2015) – dort allerdings lediglich als »eine gute Ergänzung zu dem, was wir selbst schon wussten«. Für diese Deutung sprechen der zeitliche Ablauf und die handelnden Personen. Deutschdozenten gab es in Leipzig schon vorher: neben Pötschke zum Beispiel Willy Michaelis, in der Weimarer Republik Volksschullehrer und in der jungen DDR zunächst in der Lehrerausbildung (ab 1951), seinen Sohn Werner, der vorher im Leipziger Raum stellvertretender Schuldirektor war (ab 1953), oder Siegfried Krahl, der von der Arbeiter- und Bauern-Fakultät in Halle kam. Diese Seiteneinsteiger »haben überlegt, was wir den Studenten mitgeben wollen. Was braucht ein Journalist? Die drei Punkte galten eigentlich bis zum Schluss: Sprachwissen, Sprachbeurteilungsvermögen, Sprachgestaltungsfähigkeiten. Der Journalist muss seine Sprache kennen. Er muss begründen können, was er warum redigiert. Und er muss überzeugend schreiben« (Michaelis 2015). Die Veröffentlichungen von Ruban (1954) und Riesel (1959) halfen im Lehrbetrieb und lieferten Legitimation. Von einem »Moskauer Vorbild« kann trotzdem keine Rede sein. Elise Riesel hatte mit der Journalistik nichts zu tun (sie lehrte an einer Fremdsprachenschule), und Wladimir Ruban war Pressehistoriker (vgl. Pötschke 1997: 142). Dass er auch zur Stilistik etwas sagen konnte, lässt sich mit den Schwerpunkten der Journalistikwissenschaft in der Sowjetunion erklären. Der Bedarf nach diesem Gebiet wurde aber nicht aus Moskau bestimmt, sondern von den Wünschen der Praxis in der DDR und der dort herrschenden Partei.

Die »Beherrschung der deutschen Sprache« ist denn auch eine der drei Säulen der Reform von 1955, beschlossen vom Sekretariat des ZK der SED am 7. September, vorbereitet durch die zentrale Delegiertenkonferenz des VDP am 12. Februar, durch Interventionen aus der Praxis und durch die Abteilung Agitation. Die anderen beiden Säulen: »journalistische Fähigkeiten« und »gediegene fachliche Kenntnis«. ^[51] Begabung; Dieser Wunsch zieht sich durch alle Papiere in dieser Sache. Um zu sichern, dass keine Luschen nach Leipzig kommen und tatsächlich »stilistisch begabte Journalisten« ausgebildet werden können, wie eine Kommission im Staatlichen Rundfunkkomitee im Juni 1955 wünscht, ^[52] müssen Bewerberinnen und Bewerber fortan mindestens ein Jahr in einer Redaktion gearbeitet

51 Horst Sindermann: System der Qualifizierung journalistischer Kader durch den Verband der Deutschen Presse. Vorlage an das Sekretariat, 2. September 1955. In: BA, DY 30/J IV 2/3A, Bl. 180-183, hier 180. – Vgl. VDP: Richtlinien für die Einstellung, Ausbildung und Prüfung der Mitarbeiter der dem. Presse. Beschlossen auf der außerordentlichen Zentralen Delegiertenkonferenz des VDP am 12.2.1955. Ebd., Bl. 184-197; Abteilung Agitation: Beschluß über die Reorganisation der Fakultät für Journalistik. Vorlage für das Sekretariat, 26.8.1955. Ebd., Bl. 198-201.

52 Kommission für Ausbildung, 29. Juni 1955. In: BA, DR 6, 288 (nicht paginiert).

haben. Noch kein Volontariat, aber ein Praktikum. Die Ausbilder reagieren dabei auch auf das, was sie mit dem Jahrgang von Ingeborg Schmidt und Brigitte Klump in den ersten Monaten erlebt haben. Im Herbst 1954 seien »fast nur 18jährige Oberschüler« an die Universität gekommen, »die weder über genügende Reife noch über ausreichende Erfahrungen in gesellschaftlicher Arbeit verfügen«, heißt es im Juni 1955 in einem internen Fakultätspapier. Wenn es »eine Art Vorpraktikum« geben würde, wäre erstens schnell klar, ob sich die Leute tatsächlich eignen. Und zweitens müsste die Fakultät ihren Studenten nicht mehr beibringen, wie man Zeitung liest, und die »primitivsten journalistischen Begriffe« diskutieren.^[53]

In den 1950er-Jahren in Leipzig Journalistik studieren: Das hieß auch, flexibel zu sein. Beständig ist nur der Wandel. In fast jeder Sitzung des Fakultätsrats wird über die Lehre diskutiert. Wie lang sollen Referate sein, was ist die Pflichtliteratur, was wird wie geprüft? Warum kommen nicht alle Studenten zu den Vorlesungen und wie schaffen wir es, dass sie sich besser auf die Seminare vorbereiten? Was machen wir mit den Studenten, »die nicht schreiben können«? Sollen wir »die sprachliche und stilistische Seite« auch bei anderen Seminararbeiten mitbewerten? Verhandelt wird Studentenkritik, im Oktober 1955 etwa zu den Vorlesungen »Agrarökonomik« und »Neueste Geschichte«, oder auch ganz generell.^[54] Diese Kritik erreicht keineswegs nur FDJ-Gruppe, Parteigruppe und Dekan, sondern auch das Staatssekretariat für Hochschulwesen in Berlin – im Dezember 1954 zum Beispiel über den Rat des Bezirkes Frankfurt/Oder und einen »VdN-Kameraden«, dessen Tochter sich in Leipzig überlastet fühlt: »Mir steht ein Nachmittag zur Verfügung, an dem ich für acht Fächer arbeiten muss. (...) Ansonsten schlagen wir uns mit Leitartikeln, Kommentaren usw. herum, alles ohne Anleitung, weil der Plan erfüllt werden muss. Proteste blieben bisher ohne Erfolg.«^[55]

Das Dauerbasteln am Lehrprogramm, das sich in den Akten in zahlreichen Entwürfen für immer neue Studienordnungen niederschlägt, hat nur punktuell etwas mit Druck von oben zu tun. 1950 die Installierung von Eduard Schulz, 1955 der Reformbeschluss des ZK-Sekretariats. Im Alltag der Fakultät sind die Erfahrungen wichtiger, die Lehrkräfte und Studenten vor Ort sammeln, und das, was die Redaktionen melden, die mit den Absolventinnen und Absolventen arbeiten müssen. An den vier Eckpfeilern des Studiums wird dabei nicht gerüttelt: Marxismus-Leninismus, Pressegeschichte, deutsche Sprache und Literatur, Praxis. Die Gewichte allerdings verschieben sich in Richtung redaktionelles Handwerk. Sofort gefruchtet hat dabei auch die große Reform von 1955 nicht. Wie sollte sie auch, wenn auf dem Katheder Autodidakten stehen, die selbst noch nicht genau

53 Zur Immatrikulation für das Studium der Journalistik, 6. Juni 1955. In: UAL, Journ. Fak 78, Bl. 1-3.

54 Fakultät für Journalistik: Protokoll der Fakultätsratssitzung vom 22. September 1955, S. 2. Ebd.

55 Rat des Bezirkes Frankfurt/Oder an das Staatssekretariat für Hochschulwesen, 1. Dezember 1954. In: BA Berlin, DR 3, 5958 (nicht paginiert).

wissen, was sie den Studenten am besten anbieten, wenn diese Studenten zwar Eifer mitbringen und guten Willen, aber kaum akademischen Background und manchmal nur das, was die Neulehrer in den Nachkriegsschulen ihnen erzählt haben, und wenn die Praxis skeptisch bleibt. Ingrid Kirschey-Feix, Jahrgang 1950, hört noch 1969 als Volontärin bei der *Jungen Welt*, dass Leipzig für sie bestimmt »nicht die wahre Erfüllung« werde. »Wissen, dass man in der Praxis nicht braucht« (Meyen/Fiedler 2011: 211).

Im Dezember 1957, knapp zweieinhalb Jahre nach der Reform von 1955, zieht die Abteilung Agitation/Propaganda des ZK der SED trotzdem eine eher positive Zwischenbilanz. Zwar sei es noch nicht ausreichend gelungen, »erfahrene Journalisten aus der Praxis« zur Mitarbeit zu bewegen, und die »politische Ausbildung und Erziehung der Studenten« sei nach wie vor »mangelhaft« (vor allem bei denen, die »direkt von der Oberschule zum Studium« gekommen seien und in Leipzig keine Funktion bekleiden), »die übergroße Mehrheit der Absolventen« aber (seit 1951 insgesamt 374 im Direktstudium) habe sich bewährt. »Nach etwa einem Jahr Praxis werden die meisten zu vollwertigen Redakteuren.«^[56]

5 Die Erfindung der Journalistik durch die Aufbaugeneration

Dass die Journalistik nach 1945 in Leipzig von Praktikern etabliert und erst von ihren Studenten zu einer Wissenschaft gemacht wurde, ist keine Besonderheit der DDR (vgl. Meyen/Wiedemann 2017). Bevor sich das Fach in den USA ab den 1960er-Jahren an den Normen der führenden Forschungsuniversitäten orientierte und vor allem auf psychologische Theorien sowie elaborierte Verfahren der Datenauswertung setzte (vgl. Meyen 2012), wurden die akademischen Journalistenschulen von Journalisten wie Carl Ackerman (Columbia University), Walter Williams (University of Missouri) oder Raymond B. Nixon (University of Minnesota) geleitet – ausgerichtet vor allem auf handwerkliche Fähigkeiten und nicht auf wissenschaftliches Kapital (vgl. Rogers 1994). In der Bundesrepublik löste die Zeitungs- und Publizistikwissenschaft ihre Existenz-Krise nach dem Zweiten Weltkrieg durch die Berufung von Praktikern, die in Gesellschaft und Universität allein mit ihrem Namen (und nicht mit ihrer akademischen Reputation) helfen sollten, den Ruf des Fachs aufzupolieren. Otto B. Roegele zum Beispiel hatte 1945 noch vor Kriegsende zwei Dokortitel in Medizin und Philosophie erworben. Den Ruf auf den Lehrstuhl für Zeitungswissenschaft in München verdankte er vor allem seiner Position in den katholischen Medien (vgl. Löblich 2010).

Einige der Leipziger Gründer hatten nicht einmal einen Dokortitel oder promovierten in vergleichsweise hohem Alter (kurz bevor sie Professoren wurden).

56 odr.: Der Volksmund spricht vom »Roten Kloster«. Ein Besuch in der Fakultät für Journalistik der Leipziger Karl-Marx-Universität. In: FAZ vom 1. Oktober 1955.

Auch Hermann Budzislawski (der einzige Journalistikprofessor in der DDR, der noch unter Weimarer Bedingungen promoviert hatte und seinen professionellen Ruhm zugleich der bürgerlichen Presse verdankte) fiel als wissenschaftliches Vorbild aus. »Das habe ich mir selbst gesucht«, antwortete Karl-Heinz Röhr (2015) auf die Frage nach seiner Dissertation, in der es um die Presse im Fernsehzeitalter ging. Bei Werner Michaelis (2015) lief es ganz ähnlich. Budzislawski war zwar offiziell sein Betreuer, als akademischen Lehrer mag er ihn im Rückblick aber trotzdem nicht bezeichnen. »Das wäre zu viel gesagt, obwohl ich ihn als gestandenen Journalisten verehrt habe. Als Doktorvater hat er sich nicht allzu viel mit mir abgegeben. Vielleicht gab es mal einen Literaturtipp«. Auch Hans Poerschke (2015) konnte niemanden nennen, von dem er wissenschaftliches Arbeiten gelernt hat. »Uns wurde ja sehr schnell Verantwortung übertragen«. Und das Promotionsthema? »Das ist eine eigenartige Geschichte. Irgendein Thema war für mich vorgesehen. Ich habe alleine vor mich hin gearbeitet und bin davon abgekommen«.

Vor diesem Hintergrund ist es gut nachvollziehbar, warum Eigengewächse wie Karl-Heinz Röhr, Hans Poerschke oder Klaus Preisigke die Leipziger Journalistikwissenschaft ohne Hilfe von erfahrenen Mentoren selbst erfinden mussten oder konnten. In ihrer Mehrheit nach 1930 geboren und deshalb ohne Verstrickung in die Verbrechen der Nazizeit, gehörten diese Professoren zur Aufbaugeneration der DDR – zu der Generation, die die DDR bis zum Fall der Mauer trug. Um zu verstehen, warum die SED für die akademische Journalistenausbildung auch auf Menschen setzen musste, die aus dem Krieg zurückkamen oder in der Hitlerjugend waren, genügt ein Blick auf die Personalreserven der Partei. Es waren viele Positionen zu besetzen, und viele der besten Kommunisten waren von den Faschisten ermordet worden. Der Aufbaugeneration erlaubte dies schnelle Karrieren, von denen ihre Eltern und sie selbst nie zu träumen gewagt hatten und die sie an die DDR banden. Lutz Niethammer (1994) hat von einem »kollektiven Bildungsroman« gesprochen – eine Erfahrung, die für die nachfolgenden Generationen schon deshalb nicht zu wiederholen gewesen sei, weil die neuen Eliten wie eine »Bleiplatte« auf der Gesellschaft gelegen hätten.

Die Zeiteugeninterviews illustrieren dieses Bild. Werner Michaelis und Fritz Beckert waren schon mit Anfang 20 Schuldirektoren und selbst auf der Suche nach qualifizierten Leuten, und Karl-Heinz Röhr wurde mit noch nicht einmal 18 Jahren beim *Neuen Deutschland* für den Nachtdienst in der Außenpolitik eingeteilt, als Politbüromitglied Fred Oelßner nach den Ereignissen vom 17. Juni 1953 in der Redaktion auftauchte. Es liegt allerdings auf der Hand, dass der Wunsch nach einer ›reinen‹ Herkunft (Arbeiterkind, keine Westverwandten) die Personalauswahl und damit die Möglichkeit von akademischen Spitzenleistungen genauso einschränkte wie der Zwang, sehr viele Spitzenpositionen in sehr kurzer Zeit füllen zu müssen. Ehrgeizige junge Leute, die von Genossen angeleitet wurden, die sich zwar in der Parteiarbeit, in der Agitation und im Kampf gegen den Faschis-

mus bewährt hatten, aber wenig von dem mitbrachten, was an einer Universität eigentlich gebraucht wird: Diese Konstellation erklärt sowohl die Unzufriedenheit vieler Studierenden (vgl. Klump 1991) als auch die anhaltenden Diskussionen um das Ausbildungskonzept. »Das Studium war mit Pressegeschichte überfrachtet, was immerhin für die Allgemeinbildung ganz nützlich war«, sagte Klaus Preisigke (2015), der sich 1961 für Journalistik einschrieb. »Was aber das eigentliche Fach angeht, die journalistische Methodik: Das war damals sehr dürftig«. Um 1969 (15 Jahre nach Gründung der Fakultät) das journalistische Übungssystem installieren zu können, das bis zur Abwicklung der Sektion Journalistik Bestand hatte, brauchte es die Studenten von Hermann Budziszlawski und seinen Kollegen.

Das wissenschaftliche Feld war in der DDR allerdings nicht autonom, sondern immer dem Primat der Politik untergeordnet. Das gilt zwar bis zu einem gewissen Grad auch für die westdeutsche Kommunikationswissenschaft, wo mindestens bis zum Mauerfall häufig nach Parteibuch und politischer Loyalität berufen wurde (vgl. Meyen/Löblich 2007), in der DDR aber griff die SED sehr viel weiter in die Personalrekrutierung ein. Zum einen blieben Dekan und (ab 1969) Sektionsdirektor politische Positionen, die nicht mit herausragenden Wissenschaftlern besetzt wurden, sondern mit Parteiarbeitern, die sich in der Medienpraxis bewährt hatten (Ausnahme: Franz Knipping, vgl. Meyen/Wiedemann 2017: 1850). Zum anderen wurden die Absolventen dort eingesetzt, wo es den jeweils zuständigen Funktionären gerade sinnvoll zu sein schien. Akademische Karrieren waren deshalb weit weniger planbar als in der Bundesrepublik oder in den USA. Bei Hans Poerschke (Jahrgang 1937) zum Beispiel »hat sich buchstäblich am letzten Tag entschieden«, dass er nach dem Studium an der Fakultät blieb und nicht zu einem Blatt der Nationalen Volksarmee geschickt wurde. Warum nicht die Praxis? »Keine Ahnung. Man wurde ja eingesetzt. Für mich war es selbstverständlich, dass das so läuft«. Ziemlich ähnlich erlebte Poerschke dann einen dreijährigen Ausflug in den FDJ-Apparat, bevor er in die Wissenschaft zurückkehrte, promovierte und zum führenden Leipziger Theoretiker avancierte (vgl. Poerschke 2015). Günter Raue (1938 bis 2015) wurde nach der Promotion zum *Neuen Deutschland* delegiert. Bevor er zwölf Jahre später als Dozent nach Leipzig zurückkam, arbeitete Raue als Auslandskorrespondent (in Moskau) und als Wissenschaftsredakteur. Ganz ähnlich lief es bei Jürgen Grubitzsch (Jahrgang 1937), der auf 26 Jahre in leitenden Redaktionspositionen verweisen konnte, als er 1988 Professor für journalistische Methodik wurde. Die Karriere von Frank Knipping (1931 bis 2015) verlief dagegen in die umgekehrte Richtung. Knipping war Professor und kurzzeitig sogar Dekan der Leipziger Fakultät (1965 bis 1967) gewesen, als ihn die Partei 1968 als Abteilungsleiter zum *Neuen Deutschland* schickte. Er blieb in Leipzig zwar Gastdozent, kehrte aber nie mehr auf seine Professur zurück.

Für das Selbstverständnis (einen wesentlichen Teil des Habitus) der jüngsten Leipziger Professorgeneration blieb es nicht folgenlos, dass die politische Arbeit zuerst kam und der Posten an der Universität eine (eher zufällige) Folge

von Talent und Personalbedarf war. Das durchschnittliche Promotions- und Habilitationsalter war zwar eher hoch (Anfang 30 und Mitte 40), die Eigengewächse waren aber die ersten Journalistikprofessoren in der DDR, die formal für diese Position qualifiziert waren. Wie ihre Vorgänger, die angetreten waren, Journalisten für eine neue Gesellschaft auszubilden, sahen auch die Eigengewächse Forschung als eher zweitrangig an. »Erzieher war ich gern«, sagt Karl-Heinz Röhr (2015) heute. »Ich habe gern unterrichtet. Fragen stellen, moderieren, Dinge erklären, auch wenn mir die praktische Erfahrung manchmal fehlte«. Auch Klaus Preisigke (2015) konzentrierte sich auf die Ausbildung: »Ich war gern Hochschul-lehrer, mit Liebe und Engagement. Ich bin mehrfach ausgezeichnet worden für gute Nachwuchsförderung. Meine Leute wussten, dass ich sie zum Ziel führen werde«. Preisigke ist bis heute stolz auf das Lehrbuch zur journalistischen Methodik, bei dem er das Autorenkollektiv (1985) geleitet hat. »Sachlich-faktisch ist das auf einem guten Niveau. Das kann mit den Hallers mithalten (vgl. Haller 1983, 1987). Das Ganze ist aber ideologisch überfrachtet«.

6 Fazit: Die Fakultät für Journalistik in den 1950er-Jahren

Es ist an dieser Stelle nicht nötig, die Thesen aus der Einleitung zu wiederholen. Natürlich war die Fakultät für Journalistik eine Schule der Partei: Hier wurde der Nachwuchs ausgebildet, der in der Presse, im Hörfunk und im Fernsehen für die SED und ihren sozialistischen Staat werben sollte. Die Parteiführung in Berlin hat den Rahmen für diese Schule gesetzt: Wie viel Personal gibt es und wer gehört dazu, wie viele Absolventen brauchen wir und was müssen diese Absolventen am Ende können. Zu diesem Rahmen gehören auch das Desinteresse der Parteispitze an Daten zu Medieninhalten und zur Mediennutzung sowie ihr Wunsch, dass die Leipziger Absolventen in einem gelenkten Mediensystem funktionieren (vgl. Meyen/Wiedemann 2017: 185f.). Die politische Logik wurde aber durch die Logik des akademischen Feldes gebrochen, das sich auch in der DDR nicht ausschließlich an den Vorgaben der führenden Partei ausrichtete, sondern zugleich an wissenschaftlichen Standards, die nicht zuletzt in der deutschen Universitätstradition wurzelten. Das heißt: Die Funktionäre, die an der neuen Fakultät Professoren wurden, mussten sich entweder akademisch qualifizieren oder aber die Universität wieder verlassen. Dass die Pläne für eine selbständige Hochschule immer wieder scheiterten (zunächst an der Personalkonstellation und später dann auch an dem Widerstand, den einmal geschaffene Strukturen immer leisten), bedeutete langfristig die Geburt der DDR-Journalistikwissenschaft. Väter und Mütter waren die Studierenden der 1950er und frühen 1960er-Jahre, die von der Partei auf eine Professorenlaufbahn geschickt wurden und als erste eine komplette akademische Karriere in der neuen Disziplin durchlaufen konnten, mit Promotion und Habilitation (vgl. Meyen/Wiedemann 2017).

Dass das Ministerium für Staatssicherheit in der Analyse nicht erwähnt wurde, hat einen einfachen Grund: Es war nicht präsent. Christian Schemmert und Daniel Siemens (2013: 228) haben gezeigt, dass überhaupt nur drei Mitarbeiter für die gesamte Universität Leipzig zuständig waren, als Brigitte Klump dort Studentin wurde. An der Fakultät für Journalistik habe es Anfang 1955 einen einzigen »Geheimen Informator« gegeben, wobei die Behörde seinerzeit ganz generell über die fehlende Qualifikation ihrer Leute klagte, über Unfähigkeit und über »Verzettelung«. Auch wenn die Stasi 1955 auf keiner Ebene mit der Stasi von 1989 gleichzusetzen ist (vgl. Kowalczyk 2014), haben Schemmert und Siemens (2013: 231) selbst aus der Anwesenheit dieser wenigen und offenbar überforderten Mitarbeiter weitreichende Konsequenzen abgeleitet. Aus Sicht der Staatssicherheit sei es damals gar nicht so wichtig gewesen, IMs zu gewinnen oder irgendwie verwertbare Informationen. Die Studenten sollten vielmehr direkt oder indirekt »von der Aufgabe und Machtfülle des DDR-Geheimdienstes erfahren« und außerdem lernen, »diese Rolle des Staatssicherheitsdienstes nicht öffentlich (zu) thematisieren.«

Das ist schwer zu widerlegen. Menschen erleben jede »institutionalisierte Welt« als »objektive Wirklichkeit« und internalisieren die entsprechende Ordnung im Prozess der Sozialisation, um dann ihr Verhalten daran auszurichten und das »Wissen« an die nächste Generation weiterzugeben – vor allem dann, wenn die Ordnung legitimiert ist, wenn es symbolische Sinnwelten gibt, die für Rechtfertigung sorgen (Berger/Luckmann 2016: 64f.). Ingeborg Schmidt, Heinz Halbach, Franz Knipping, Karl-Heinz Röhr, selbst Brigitte Klump: Für all diese Studenten war die »institutionalisierte Welt« der jungen DDR weit größer als die Stasi. Studienplatz, Rundumbetreuung und Stipendium. Antifaschisten, die zwar als Professoren dilettierten, aber qua Lebenslauf unantastbar waren. Aufstiegsversprechen sowie früh Vertrauen und Verantwortung, für Seminare, für Zeitungen. Eine solche »institutionalisierte Welt« hält man vor allem dann für legitim, wenn man erlebt, wie sie entsteht. Die Nachgeborenen brauchen mehr. Argumente und Sinn. Jede »institutionelle Ordnung« muss »einer neuen Generation vermittelt werden«, muss auch dort die »Würde des Normativen« bekommen (Berger/Luckmann 2016: 100). Dass die Lebensbahnen von DDR und Aufbaugeneration parallel verlaufen sind, sagt in der Sprache des Sozialkonstruktivismus: Die Legitimierung der symbolischen Sinnwelt Sozialismus ist später misslungen – auch den ersten Absolventen der Fakultät für Journalistik.

Was in Leipzig gelehrt wurde, hatten die Beteiligten vor Ort miteinander auszukämpfen. Um im Detail mitreden zu können, fehlten der Parteiführung in Berlin Personal und Wissen. Immer präsent waren dabei die Wünsche der Praxis. Das journalistische Feld wurde in der DDR zwar weit stärker von der politischen Logik dominiert als das wissenschaftliche Feld (vgl. Meyen/Fiedler 2011), in den Redaktionen vor Ort brauchte man aber am Ende Leute, die das Handwerk beherrschten. Themen finden, schreiben und fotografieren, redigieren, Seiten

und Sendungen bauen. Deshalb war Talent bei der Auswahl von Anfang an genauso wichtig wie die Gesinnung. Die Sowjetunion wiederum konnte schon deshalb kaum als Folie dienen, weil die Zeitungen anders arbeiteten und die Sprachwissenschaftler, die zum Beispiel in Moskau das Sagen hatten, Praxiskurse an der Universität ablehnten. Die Leipziger Fakultätsgründer um Hermann Budzislawski knüpften hier eher an die Tradition des Instituts für Zeitungskunde von Karl Bücher an (vgl. Schlimper 2007) sowie an die Journalistenschulen in den USA, die der erste Dekan im Exil kennengelernt hatte. Diese beiden Verwandtschaften offen zu kommunizieren (etwa in Strategiepapieren), wäre in der DDR fatal gewesen. Stattdessen verwies man lieber auf (angebliche) ›Vorbilder‹ in Moskau, Leningrad oder Kiew und auf Beschlüsse der SED-Spitze – eine Rhetorik, die Historiker bis heute in die Irre führt.

Über den Autor

Dr. Michael Meyen (*1967) ist seit 2002 Professur für Allgemeine und Systematische Kommunikationswissenschaft an der Universität München. Er hat 1985 ein Volontariat bei der *Ostsee-Zeitung* absolviert, 1988 begonnen, in Leipzig Journalistik zu studieren, und 1990/91 gegen die Abwicklung der Sektion Journalistik durch die sächsische Staatsregierung demonstriert. Die DDR ist seither einer seiner Forschungsschwerpunkte (Medienlenkung, Medienangebote, Mediennutzung, kollektives Gedächtnis). Kontakt: meyen@ifkw.lmu.de

Literatur

- Autorenkollektiv (1985): *Einführung in die journalistische Methodik*. Leipzig, Bibliographisches Institut
- Averbeck, Stefanie (1999): *Kommunikation als Prozess. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927-1934*. Münster, Lit
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (2016): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. 26. Auflage. Frankfurt/M., Fischer Taschenbuch
- Bourdieu, Pierre (1976): *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyllischen Gesellschaft*. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Bourdieu, Pierre (1998): Vom Gebrauch der Wissenschaft. Konstanz, UVK
- Bruch, Rüdiger vom (1980): Zeitungswissenschaft zwischen Historie und Nationalökonomie. In: *Publizistik*, 25, S. 579-605
- Budzislawski, Hermann (1966): *Sozialistische Journalistik*. Leipzig, VEB Bibliographisches Institut
- Daniel, Hans-Dieter (2015): *Catalogus Professorum Lipsiensium (1946-1989)*. *Publizistik, Zeitungswissenschaft, Journalistik (1916 bis 1990)*. Leipzig, Privatarhiv Michael Meyen
- Duchkowitsch, Wolfgang, Hausjell, Fritz, Semrad, Bernd (2004) (Hrsg.): *Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft*. Münster, Lit

- Eildermann, Wilhelm (1977): *Als Wanderredner der KPD unterwegs*. Berlin, Dietz
- Fiedler, Anke (2014): *Medienlenkung in der DDR*. Köln, Böhlau
- Halbach, Heinz (2017): Wir hatten Narrenfreiheit. Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*, 31.10.2018. <http://blexkom.halemverlag.de/halbach-interview/> (31.10.2018).
- Haller, Michael (1983): *Recherchieren*. Basel, Lenos
- Haller, Michael (1987): *Die Reportage*. Basel Lenos
- Jedraszcyk, Jochen (2017a): Leipziger zeitung- und publizistikwissenschaftliche Einrichtungen 1945 bis 1952. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*, 31.10.2018. <http://blexkom.halemverlag.de/jedraszcyk/> (31.10.2018).
- Jedraszcyk, Jochen (2017b): Gerhard Menz. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*..2.11.2018. <http://blexkom.halemverlag.de/gerhard-menz/> (2.11.2018).
- Clump, Brigitte (1991): *Das rote Kloster*. München, Herbig
- Knipping, Franz (2017): Dusiska hat an meinem Stuhl gesagt. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 31.10.2018. <http://blexkom.halemverlag.de/knipping-interview/> (31.10.2018).
- Koenen, Erik (Hrsg.) (2016): *Die Entdeckung der Kommunikationswissenschaft*. Köln, Herbert von Halem
- Kowalczyk, Ilko-Sascha (2014): *Stasi konkret*. München, C. H. Beck
- Kuhn, Thomas S. (1973): *Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen*. Frankfurt/M., Suhrkamp
- Kutsch, Arnulf (2016): Professionalisierung durch akademische Ausbildung: Zu Karl Büchers Konzeption für eine akademische Journalistenausbildung. In: Koenen, Erik (Hrsg.): *Die Entdeckung der Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem]. S. 82-123
- Lazarsfeld, Paul F. (1973, zuerst 1941): Bemerkungen über administrative und kritische Kommunikationsforschung. In: Prokop, Dieter (Hrsg.): *Kritische Kommunikationsforschung* (7-27). München [Hanser], S. 7-27
- Löblich, Maria (2010): *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln, Herbert von Halem
- Meyen, Michael (2012): International Communication Association Fellows: A Collective Biography. In: *International Journal of Communication*, 6, 2012, S. 2378-2396
- Meyen, Michael (2015): Journalistik in der DDR. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*, 31.10.2018. <http://blexkom.halemverlag.de/journalistik-in-der-ddr/> (31.10.2018)
- Meyen, Michael (2017): Das Rote Kloster. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*, 31.10.2018. <http://blexkom.halemverlag.de/das-rote-kloster/> (31.10.2018).

- Meyen, Michael, Fiedler, Anke (2011): *Die Grenze im Kopf. Journalisten in der DDR*. Berlin: Panama.
- Meyen, Michael; Löblich, Maria (2006): *Klassiker der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz, UVK
- Meyen, Michael; Löblich, Maria (2007): »Ich habe dieses Fach erfunden«. *Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam*. Köln, Herbert von Halem
- Meyen, Michael; Wendelin, Manuel (2008) (Hrsg.): *Journalistenausbildung, Empirie und Auftragsforschung. Neue Bausteine zu einer Geschichte des Instituts für Kommunikationswissenschaft*. Köln, Herbert von Halem
- Meyen, Michael; Wiedemann, Thomas (2017): Journalism Professors in the German Democratic Republic (GDR). In: *International Journal of Communication*, 11, Feature, S. 1839-1856
- Michaelis, Werner (2015): Journalismus braucht Sprache. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 2.11.2018, <http://blexkom.halemverlag.de/werner-michaelis/> (2.11.2018).
- Niethammer, Lutz (1994): Erfahrungen und Strukturen: Prolegomena zu einer Geschichte der Gesellschaft der DDR. In: Kaelble; Hartmut; Jürgen Kocka; Hartmut Zwahr (Hrsg.): *Sozialgeschichte der DDR*. Stuttgart [Klett-Cotta] S. 95-115
- Park, David (2013): Pierre Bourdieu und die Geschichte des kommunikationswissenschaftlichen Feldes. In: Wiedemann, Thomas; Michael Meyen (Hrsg.): *Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft*. Köln [Herbert von Halem] S. 123-145.
- Poerschke, Hans (2010): Journalistik als Bewusstseinsform. Zum Werdegang eines theoretischen Ansatzes. In: *Kulturosoziologie*, 2, 2015, S. 159-185
- Poerschke, Hans (2015): Ich habe gesucht. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 2.11.2018 <http://blexkom.halemverlag.de/hans-poerschke/> (2.11.2018).
- Pötschke, Joachim (1997): Sprachkommunikation und Stilistik. Journalistischer Sprachgebrauch als Lehr- und Forschungsgegenstand an der Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität Leipzig. In: Kutsch, Arnulf; Horst Pöttker (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft in Deutschland*. Opladen [Westdeutscher Verlag] S. 139-160
- Pöttker, Horst (2005): *Abgewehrte Vergangenheit. Beiträge zur deutschen Erinnerung an den Nationalsozialismus*. Köln, Herbert von Halem
- Preisigke, Klaus (2015): Wir waren ein Hort des Opportunismus. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 2.11.2018 <http://blexkom.halemverlag.de/klaus-preisigke/> (2.11. 2018)
- Riedel, Elise (1959): *Stilistik der deutschen Sprache*. Moskau, Verlag für fremdsprachige Literatur.
- Rogers, Everett (1994): *A History of Communication Study*. New York, The Free Press

- Röhr, Karl-Heinz (2015): Um journalistische Qualität geht es immer und überall. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 31.10.2018 <http://blex-kom.halemverlag.de/karl-heinz-roehr/> (31.10.2018)
- Ruban, Wladimir A. (1954): *Zu einigen Fragen der Sprache und des Stils publizistischer Werke*. Leipzig, Institut für Publizistik und Zeitungswissenschaft
- Schemmert, Christian; Siemens, Daniel (2013): Die Leipziger Journalistenausbildung in der Ära Ulbricht. In: *Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte*, 61, 2013, S. 201-237
- Schlimper, Jürgen (2007): Praktiker an der Universität. In: *Münchener Beiträge zur Kommunikationswissenschaft*, Nr. 7. 2.11.2018 https://epub.ub.uni-muenchen.de/1978/1/mbk_7.pdf (2.11.2018).
- Schmidt, Siegfried (2017): Hermann Budzislawski und die Leipziger Journalistik. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 31.10.2018 <http://blex-kom.halemverlag.de/schmidt-budzislawski/> (31.10.2018).
- Schüle, Annegret; Thomas Ahbe; Rainer Gries (Hrsg.) (2006): *Die DDR aus generationengeschichtlicher Perspektive*. Leipzig, Leipziger Universitätsverlag
- Siemens, Daniel (2013): Elusive Security in the GDR. Remigrants from the West at the Faculty of Journalism in Leipzig, 1945-1961. In: *Central Europe*, 11, 2013, S. 24-45
- Warren, Carl N. (1934): *Modern News Reporting*. New York, Harper & Brothers
- Wiedemann, Thomas (2012): Walter Hagemann. Köln, Herbert von Halem
- Zassursky, Yassen (2016): I Tried to Stop the Cold War Mentality. In: *Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft*. 31.10.2018 <http://blexkom.halemverlag.de/yassen-zassursky-iamcr/> (31.10.2018).

Theresa Möckel

Nachrichten im Hochformat

Wie kann das Story-Format auf Social-Media-Kanälen journalistisch genutzt werden?

Abstract: Für welche journalistischen Anlässe eignet sich die Story auf Social-Media-Plattformen? Was erwarten die zumeist jungen Nutzer von einer Story? Der Beitrag zeigt auf, was die Story bei narrativen und journalistischen Formaten bietet. Die Autorin hat nachrichtliche Storys analysiert, eine Muster-Story erstellt und einer ausgewählten Zielgruppe vorgelegt sowie per Online-Umfrage evaluiert. Auf der Basis dieser Umfrage erarbeitet sie eine Handreichung für den Einsatz der Story im Journalismus.

Einleitung: Storyformate im Journalismus

Das Smartphone eröffnet neue Möglichkeiten, Geschichten zu erzählen, sie zu produzieren und den Zuschauer einzubinden (vgl. Atkinson 2016). Auf vielen Social-Media-Plattformen lässt sich mittlerweile ein zentrales, verbindendes Element finden: die Story, ein visuelles Konzept aus kurzen aufeinanderfolgenden Videoclips mit digitalen Erweiterungen. Ihr wurde bisher aus Sicht der Journalistik wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Wie lässt sich die Story für journalistische Zwecke einsetzen? Wie können Inhalte in kurzen Videoclips dargestellt werden? »Welche Story im Netz ist publizistisch wertvoll? Wer nutzt Instagram oder andere Netzwerke für neue journalistische Formate?« sind unter anderem Fragen, die sich auch die Jury des Grimme Online-Awards stellt. (Anonym 2018)

Eingeführt wurden die Snapchat-Geschichten Anfang Oktober 2013. Sie trugen laut Philipp Steuer wesentlich zum Erfolg der App bei. (Steuer 2016: 39) Dabei spielten auch journalistische Angebote eine gewisse Rolle: »Amerikanische Qualitätsmedien wie CNN machen vor, dass sich auf Snapchat nachrichtliche Themen präsentieren lassen – unaufgeregt, anschaulich, kompakt. Und ganz ohne Smileys.« (Müller-Lancé 2017). Zunächst als Besonderheit der App *Snapchat* gestartet, ist die Story längst auch auf *Facebook* und seinen Toch-

ter-Plattformen zu finden. Vor allem auf Instagram ist sie mittlerweile sehr beliebt (vgl. Firsching 2018).

Im deutschsprachigen Raum sieht man die *ARD-Tagesschau*-Korrespondenten live vor Ort, beispielsweise mit Storys von der Kongresswahl in den USA oder von der Fastnacht in Mainz. Ganz anders, Fotocollagen ähnlich, sind die Storys des *stern*. Sie umfassen mehrere Bilder mit kurzen Erklärungen in einem Satz und Verlinkungen, die zum dazugehörigen *stern*-Artikel weiterleiten. Ebenfalls mit Verlinkungen, dafür mit kurzen Videoclips, arbeiten *ntv* und *Welt*.

Die Story bringt eine Reihe von Einschränkungen und technische Spezialitäten mit sich. Sie ist normalerweise nur 24 Stunden abrufbar, die Clips werden einzeln veröffentlicht und müssen vorab entsprechend sorgfältig geplant werden. Außerdem dürfen die Clips bestimmte Längen nicht überschreiten (Videoclips beispielsweise nur bis zu zehn Sekunden). Daraus ergeben sich wiederum neue Gestaltungsmöglichkeiten. Die veränderte Vermittlung von Inhalten zwingt Medienproduzenten dazu, sich auf das Wesentliche zu beschränken. Interviews müssen anders vorbereitet werden, da die Interviewpartner für eine Antwort nur zehn Sekunden zur Verfügung haben.

Eva Schulz, Snapchat-Reporterin für *funk*,¹⁾ berichtete auf der *Media Convention Berlin 2017* von den zunächst negativen Reaktionen ihrer Kollegen, wenn es darum geht, via Snapchat Nachrichten zu vermitteln:

»Kollegen reagieren so: Immer Panik-Emoji, weil sie erstmal sagen »Was? Das ist ja hochkant!« Damit können sie überhaupt nichts anfangen. »Also wie soll man denn da erzählen?!« Es ist super kurz. Ich habe nur zehn Sekunden pro Snap, es ist umständlich, es ist total unflexibel, weil ich chronologisch erzählen muss. Ich kann mir nicht nachträglich mein Material arrangieren. [...] Und dann, das ist gerade für Journalisten im Internet total ungewohnt: es gibt kein Massenfeedback – keine Likes, keine Favs, keine Shares, keine Viewzahlen, die öffentlich sind. Nicht mal eine Followerzahl. [...] Es gibt keine Notifications. Das ist etwas, wo Snapchat wirklich das Nutzerverhalten in der U20 Generation komplett neu prägt. [...] Da geht es vor allem auch nicht so stark um Viralität. Snapchat ist eine der wenigen Plattformen oder die einzige momentan, die nicht von Algorithmen gesteuert wird und das ist als »Creator« ein Riesengeschenk.« (Schulz 2017)

Der Nachteil der kurzen Verfügbarkeit kann laut Richard Gutjahr auch ein Vorteil sein. Er fragte sich, warum er Nachrichteninhalte herstellen solle, die nach 24 Stunden nicht mehr verfügbar seien. Ein Snapchat-Nutzer beantwortete seine Frage mit der Gegenfrage: »Wie oft schauen Sie Nachrichten von vorgestern?«

1 *funk* ist das Content-Netzwerk des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks und vereinigt über 60 Formate, die für eine Zielgruppe der Altersspanne 14 bis 29 ausschließlich online distribuiert werden. Durch die Verbindung zu ARD und ZDF wird *funk* durch den Rundfunkbeitrag finanziert, garantiert keine Werbeeinhalte und verfolgt den Bildungsauftrag.

(zit. nach Steuer 2016: 79). Bei Snapchat-Stories ist naturgemäß ein hohes Maß an Aktualität vorhanden. Auch Vorteile wie Flexibilität, Mobilität und Nähe zum Zuschauer, von welchen bereits andere Formate des mobilen Journalismus profitieren, lassen sich auf die Story übertragen.

»Als Reporter-Werkzeug mag Snapchat einige Schwächen haben. Jedoch eines schafft die App grandios: sie vermittelt eine Form von Nähe und Unmittelbarkeit, wie kaum ein anderes Medium oder Social Network. Da es auf Snapchat nur bedingt möglich ist, Videos nachzubearbeiten, wirken Snaps in ihrer Hemdsärmeligkeit oft authentischer als Fernsehen oder sogar YouTube.« (Steuer 2016: 80)

Auch Untersuchungen zum Nutzungsverhalten von Smartphones sprechen dafür, die Story als Format für journalistische Beiträge zu nutzen. In der aktuellen Untersuchung des Reuters-Instituts, für die mehr als 74.000 Menschen aus 27 Ländern befragt wurden, ist die Nutzung des Smartphones für den Konsum von Nachrichtenangeboten in den Jahren 2013-18 von 56% auf 62% gestiegen. Außerdem verzeichnet speziell die Übermittlung in Form von Online-Videos hier seit mehreren Jahren einen stetigen Anstieg. Der Bedarf an Nachrichteninhalten für unterwegs, auch in Form von Bewegtbild, wird vorerst nicht sinken, denn auch in Deutschland nimmt der mobile Nachrichtenkonsum zu. (vgl. Nic Newman with Richard Fletcher et al. 2018)

Trotz der Verbreitung auf unterschiedlichen Netzwerken gibt es für die Erstellung von Stories eine einheitliche Grundstruktur. »Alle Inhalte, die du über den Tag verteilt in der Story veröffentlichst, werden als langer Filmstreifen aneinandergereiht und ergeben so eine lange Geschichte. Daher auch der Name.« (Steuer 2016, 34)

Fragestellung und Methodik

Als Ziel dieser Untersuchung sollten Handlungsempfehlungen für die Gestaltung von journalistischen Beiträgen im Story-Format entwickelt werden. Der Aufbau der Studie folgt einem »Mixed Methods«-Ansatz und umfasst eine Analyse in Verbindung mit einer anschließenden Online-Umfrage (vgl. Döring/ Bortz 2016: 72). Bei der Analyse des Formats *hochkant*²¹ auf *Snapchat* wurden sechs ausgewählte Stories anhand unterschiedlicher Kriterien betrachtet. Daraus wurden Schlussfolgerungen für die Erstellung einer Muster-Story abgeleitet und die erste Version des Leitfadens für das Erstellen von Nachrichtenbeiträgen, die im Format einer Story produziert werden.

2 *hochkant* ist ein Format, das vom Rundfunk Berlin-Brandenburg produziert wurde und im Rahmen des Content-Netzwerkes *funk* auf den sozialen Netzwerken Snapchat und Instagram, News und Nachrichtenbeiträge zur Verfügung gestellt hat. Thematisch bewegten sich dabei die Beiträge von Reportage, über Kommentare bis hin zur Kurznachricht. Seit der angekündigten Winterpause 2017 und der Jahreszusammenfassung gab es bisher allerdings keine neuen Stories.

Die von der Autorin erstellte Muster-Story hat die Ergebnisse der Analyse zur Grundlage (vgl. Döring/Bortz 2016: 184) und wird mit Hilfe einer Online-Umfrage quantitativ ausgewertet. Diese Art von Vorstudie kann der Generierung und Präzisierung von Hypothesen dienen; in dieser Untersuchung führt sie zur Präzisierung der Leitfaden-Kriterien für die inhaltliche und optische Struktur und die Gestaltung von Storys.

Für die Analyse wurden nach Werner Faulstich (2008),¹³⁾ folgende Kategorien verwendet: Handelnde Personen, Kamera, Ton, Inhalt, Text und Grafik.

- Bei der Kategorie *Kamera* ist zwischen Front- und Handykamera zu unterscheiden. Handelt es sich bei der untersuchten Aufnahme um einen Clip/ein Foto, das mit Hilfe der Frontkamera gemacht wurde, ist von einem *Selfie* die Rede.
- Mit *Ton* wird nicht der Ton der Clips allgemein beschrieben, sondern in welcher Form das gesprochene Wort im Clip vorkommt. Hier wird die Unterscheidung zwischen *ON* (der Reporter/bzw. die Audioquelle sind im Bild zu sehen) und *OFF* (der Reporter/bzw. die Audioquelle sind nicht im Bild zu sehen) getroffen.
- In der Kategorie *Inhalt* werden die optischen und auditiven Inhalte notiert.
- *Text* betrachtet ausschließlich die Einblendungen in Schriftform. Sollte der Text besondere Funktionen erfüllen, wird auch dies mit vermerkt.
- Schließlich werden unter dem letzten Punkt *Grafik* alle verwendeten grafischen Elemente, z.B. Emojis, Sticker oder Geofilter, betrachtet. Aufgrund ihrer comichaften Erscheinung sind gerade Emojis bzw. alle zusätzlich verwendeten grafischen Elemente kritisch zu betrachten, wenn es um neutrale und informierende Berichterstattung geht. Untersuchungen gab es diesbezüglich noch nicht, allerdings konnten israelische Wissenschaftler der Ben-Gurion-Universität bereits nachweisen, dass die Verwendung von Emojis im Rahmen der Unternehmenskommunikation eher inkompetent wirkt (vgl. Glikson/Cheshin/van Kleef 2018).

Erstellen einer Muster-Story und Online-Umfrage

Unter Hinzunahme der Tipps von Snapchat-Reporterin Eva Schulz aus ihrem Vortrag auf der *Media Convention Berlin 2017* mit dem Titel »Do's und Don'ts für journalistisches Storytelling auf Snapchat« (Schulz 2017) ließen sich in einem ersten Schritt diese Handlungsempfehlungen ableiten:

- frühe Ziel- und Themennennung,
- Nutzung von Texteinblendungen,
- sparsame Verwendung von Off-Text und
- chaffung von Zuschauerbindung

3 Die Auswirkungen der technischen Anforderungen und Beschränkungen bei der Erstellung von Storys und daraus resultierende Anpassung der inhaltlichen und optischen Gestaltungen wurden berücksichtigt indem Faulstichs Kategorien verändert, ergänzt und an das zu untersuchende Format, die Story, angepasst wurden.

Zur Evaluation wurden die Handlungsempfehlungen in einer Muster-Story⁴⁾ in Form von Varianten angewandt. Diese Varianten (s. Abbildung 1) beziehen sich auf die Punkte Kombination mehrerer Elemente (insbesondere die Nutzung von Emojis), Nutzung von Texteinblendungen und die Verwendung von Off-Texten.



Varianten der Untersuchung zur Nutzung der Texteinblendungen bei Interviews, hier: Verwendung als Transkript der Interviewantwort



Varianten der Untersuchung zur Nutzung der Texteinblendungen bei Interviews, hier: Visualisierung der Interviewfrage als Text

Es soll überprüft werden, inwieweit die Verwendung von Emojis im Rahmen von Berichterstattungen toleriert wird, denn in den Storys der Analyse werden sie zwar mehrfach verwendet, jedoch spricht ihr optisches Erscheinungsbild nicht von vornherein für einen ernsthaften Charakter. Die Texteinblendungen sollen dahingehend überprüft werden, ob diese eher inhaltlich unterstützend oder transkribierend eingesetzt werden sollten.

In der Analyse zeigten sich beide Varianten ausgeglichen. Ein Vorteil des Transkripts ist beispielsweise die Möglichkeit, den Inhalt ohne Ton zu konsumieren. Hingegen ist ein Vorteil von unterstützendem Text, dass er, beispielsweise durch eine Frage, den Zuschauer dazu bringen kann, den Ton – auch für alle folgenden Clips – einzuschalten. Schließlich soll überprüft werden, ob die sparsame Verwendung von Off-Texten gerechtfertigt ist oder ob der Zuschauer vielleicht entgegen den Storys in der Analyse gerne mehr Off-Texte anstelle von Selfies anschauen würde.

Da eine Muster-Story erstellt wurde, war eine besondere Anforderung für das Online-Umfragetool die Einbindung von Videoelementen. Eine einfache Umset-

4 Gegenstand der Muster-Story war das Wave-Gotik-Treffen 2018 in Leipzig. Die Autorin besuchte im Rahmen dieser Veranstaltung das alljährlich stattfindende Picknick im Clara Park. Die dort entstandenen Aufnahmen wurden mit den in der App Snapchat zur Verfügung stehenden Bearbeitungsmöglichkeiten optisch aufbereitet und anschließend im Rahmen der Online-Umfrage gezeigt.

zung bot das Erstellen der Umfrage auf onlineumfrage.com (Marbot 2014). Der Fragebogen durchlief Konzeptions- und Pre-Testphase und wurde schließlich für insgesamt zwei Wochen freigeschaltet. Um die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen zu erreichen,⁵ wurde er vorrangig an Schüler, Studierende, und Berufseinsteiger verschickt. Die Zielsetzung von etwa 100 Befragten wurde mit $n=99$ erreicht. Es handelt sich um keine Zufallsstichprobe, die Ergebnisse der Umfrage sind daher nicht repräsentativ. Sie geben aber einen Eindruck der Nutzersicht.

Ergebnisse

Als Grundlage für die Zusammenfassung in Form des Leitfadens soll zunächst auf die Ergebnisse der Online-Umfrage eingegangen werden. Beinahe die Hälfte (42 Prozent) aller Befragten gab an, einen Snapchat-Account zu besitzen. Allerdings: Eine Mehrheit von 56 Prozent nutzt die App »gar nicht«. Dies ist jedoch für den zu untersuchenden Gegenstand – die Story – nicht hinderlich, da Storys auf den anderen aufgeführten sozialen Netzwerken Anwendung finden. Demzufolge ist es nicht überraschend, dass der Begriff »Story« im Zusammenhang mit sozialen Netzwerken 95 Prozent der Teilnehmer bekannt war.

Auf die Frage, welche Inhalte mit der App-Nutzung verbunden seien, gaben 90 Prozent an, aktuelle Erlebnisse von Bekannten/Freunden zu verfolgen, 59 Prozent persönliche Erlebnisse mit Followern/Freunden zu teilen, 28 Prozent Werbung und an letzter Stelle mit 10 Prozent tagesaktuelle Nachrichten mit Storys in Verbindung zu bringen. Auch die Frage nach Bekanntheit und Beispielen von Nachrichteninhalten spiegelt dieses Ergebnis wider. Nur 12 Teilnehmer gaben an, Nachrichtenagenturen und Journalisten zu kennen, die ihre Inhalte im Story-Format publizieren. Am häufigsten genannt wurden hier die *Tagesschau*, *Sky Sport News* und *Vice*.

Um über die Art der Verwendung von Texteinblendungen Aussagen treffen zu können, wurden die Umfrageteilnehmer nach der Lautstärke ihrer Medieninhalte gefragt. Eine knappe Mehrheit gab an, den Ton der Medieninhalte auf ihrem Smartphone dauerhaft leise gestellt zu haben. Diese Feststellung verdeutlicht, dass eine deskriptive Verwendung von Texteinblendungen bzw. Text als Transkript von Interview- und Umfrageantworten zu verwenden ist, um eine Nutzung ohne Ton zu ermöglichen. Zur besseren Nachvollziehbarkeit wurde diese Fragestellung wiederholt innerhalb der Muster-Story mit Hilfe zweier Varianten aufgegriffen. Die in der Muster-Story dargestellte Variante 1 enthielt eine Texteinblendung als Frage und die Aufforderung, den Ton einzuschalten, während Variante 2 die Texteinblendung als Transkript der Antwort für die Nutzung der Story ohne Ton darstellte.

5 Bei dieser Altersspanne handelt es sich um die größte Nutzungsgruppe der App Snapchat.

Hier entschieden sich die Umfrageteilnehmer mit 68 Prozent für die erste Variante, was einen Widerspruch zur Angabe der Nutzung der Medieninhalte ohne Ton aufzeigt. Als Schlussfolgerung aus der Kombination dieser beiden Ergebnisse lässt sich feststellen: Die Mehrheit hat zwar den Ton ihrer Medieninhalte leise gestellt, tendiert jedoch trotzdem eher zu Texteinblendungen, die dazu anregen den Ton einzuschalten, um auch die auditiven Inhalte der Story hören zu können.

Die zweite Vergleichsuntersuchung, die mit Hilfe der Muster-Story ermittelt werden sollte, beleuchtete die auditive Darstellung von Inhalten in Verbindung mit der Verwendung von Selfies. Variante 1 zeigte einen Video-Snap⁶ mit live aufgenommenem Off-Text der Reporterin. Das Gesehene wurde zusätzlich auditiv beschrieben. In der zweiten Variante, einem Selfie-Snap, war die Reporterin bild-einnehmend zu sehen. Das passende Bild zum Text der Reporterin war jedoch nur im Anschnitt und in den Hintergrund gerückt zu sehen. Inhaltlich waren beide Snaps identisch. Die Teilnehmer der Umfrage entschieden sich mit einer Mehrheit von 77 Prozent für die erste Variante. Diese Feststellung konnte zusätzlich bestätigt werden mit der Frage danach, wie viele Selfie-Snaps die Zuschauer für angemessen hielten. Am häufigsten wurde hier die Obergrenze von maximal drei angegeben. Dies bestätigt die Annahmen in der ersten Version des Leitfadens.

Schließlich wurde mit Hilfe der letzten beiden Varianten untersucht, wie die Verwendung von Emojis einzuschätzen ist. Hierzu wurde ein Snap in Variante 1 mit Emojis verziert. In Variante 2 hingegen wurde der gleiche Snap ohne Emojis gezeigt. Das Ergebnis ist auch hier sehr eindeutig, da sich 73 Prozent für die zweite Variante ohne Emoji entschieden.

Das Meinungsbild von Storys betreffend stimmten die Befragten der Aussage zu, dass Storys besonders viel Nähe zum Zuschauer vermitteln, da sie (in Form des Smartphones des Reporters) mitten im Geschehen stehen. Aufgrund der automatischen Löschung innerhalb von 24 Stunden seien Storys der Aktualität der Nachrichten förderlich. Große Zustimmung erhielt die Forderung, sich kurz zu fassen: »Umso länger eine Story ist, desto weniger ist der Zuschauer gewillt, sie komplett zu schauen« wurde von 39 Prozent der Befragten mit »trifft völlig zu«, von 24 Prozent mit »trifft zu« beantwortet.

Das Nutzen von Nachrichteninhalten im Story-Format wird insgesamt (noch) als ungewohnt empfunden. Allerdings gibt mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) an, sich vorstellen zu können, in Zukunft Storys für die Nachrichtennutzung zu verwenden. Im Anschluss wurde nach den Bedingungen gefragt, die eine Story erfüllen sollte, um als sehenswert eingestuft zu werden.

Abschließend werden nun in den folgenden Abschnitten die evaluierten Empfehlungen des Leitfadens beschrieben und begründet.

6 Im Rahmen der Muster-Story werden die einzelnen Clips mit »Snap« benannt. Dies ist die ursprünglich von Snapchat etablierte Bezeichnung für einen Clip innerhalb einer Story. Egal ob foto- oder videografisch.

Anpassung der Vorbereitung

Für Beiträge im Story-Format müssen sich Journalisten anders vorbereiten als für einen klassischen Fernsehbeitrag, da die Story nicht geschnitten werden kann. Das Thema wurde im Rahmen der Online-Umfrage nicht beleuchtet, da hier das Publikum im Mittelpunkt stand. Doch kann basierend auf den Erfahrungen der Autorin eine kurze Einschätzung vorgenommen werden: Die Anpassung des Vorgesprächs an die Besonderheiten des Formats erwies sich als zwingend. Die meisten Interview- und Umfragepartner waren nicht verwundert über das Smartphone als Aufzeichnungsgerät oder die zeitliche Begrenzung ihrer Antworten. Sie konnten meist bereits im ersten Anlauf gut formulierte Antworten innerhalb des Zeitlimits geben.

Frühe Ziel- und Themennennung

Da sich die frühe Ziel- und Themennennung bereits aus der Theorie der Fernsehnachrichten ableiten lässt und in ausnahmslos allen Storys der Analyse aufgetreten ist, wurde dieses Gestaltungs- und Inhaltsmerkmal direkt auf die Muster-Story angewandt. Anders als bei klassischen Fernsehformaten, die mitunter die Highlights und die besten Bilder der Beiträge bereits zu Beginn einer Sendung zeigen, ist dies bei Storys nicht möglich. Dies würde zu einer Dopplung von Clips führen, welche irritierend auf den Zuschauer wirken könnte. Eine frühe Ziel- und Themennennung hilft dem Zuschauer zu erfahren, was ihn in einer Story erwartet. Ebenso ist bereits am Anfang der Story die Einleitung nicht zu lang zu gestalten. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Zuschauer knappe Storys bevorzugen.

Kombination mehrerer Elemente

Es wurde die Verwendung von Emojis sowie Foto- und Videoclips untersucht. Der Einsatz von Fotos in Verbindung mit Texteinblendungen zeigte sich als gute Möglichkeit, längere Texte zu vermitteln, da hier keine Ablenkung durch einen bewegenden Hintergrund erzeugt wurde. Dennoch sollten Fotos im Vergleich zu Videoclips sparsam eingesetzt werden. Einer der Umfrageteilnehmer brachte unter der Frage nach den Bedingungen für eine gute Story sogar an, dass diese ganz auf Fotos verzichten solle, da sie irritierend wirkten. Die Verwendung von Fotos sollte allerdings in Maßen erfolgen, da Fotos aufgrund des fehlenden Tons und der fehlenden Bewegung als irritierend wahrgenommen werden.

Zum Einsatz von Emojis zeigten die Ergebnisse der Umfrage, dass hier wenig Toleranz auf Seiten des Publikums besteht: Sie wirken meist unseriös auf den Zuschauer. Wenn überhaupt, sollten Emojis zurückhaltend eingesetzt werden.

Texteinblendungen

Für die Nutzung von Texteinblendungen besteht eine Abhängigkeit zur Einstellung der Lautstärke auf den Smartphones der Zuschauer. In der Umfrage war das Verhältnis zwischen lautlosen und auf laut gestellten Geräten relativ ausgeglichen. Demzufolge ist tendenziell die transkribierende Verwendung von Texteinblendungen zu empfehlen, da sie es ermöglichen, den Clip ohne Ton zu konsumieren. Allerdings fiel die Entscheidung der Umfrageteilnehmer beim Variantenvergleich der Muster-Story genau entgegengesetzt aus. Hier entschied sich eine Mehrheit von 69 Prozent für die Version mit der eingeblendeten Frage, welche als Anreiz, den Ton der Medieninhalte auf laut zu stellen, konzipiert war. Eine eindeutige Empfehlung kann hier aufgrund der Umfrageergebnisse also nicht ausgesprochen werden. Den Medienproduzenten steht offen eine der beiden Variationen oder beide zu verwenden.

Aufeinanderfolgende Darstellung von Interviewantworten

Da sich die aufeinanderfolgende Darstellung von Interviewinhalten wieder der Produktionsseite der Erstellung von Nachrichtenbeiträgen als Story zuwendet, wurde hier kein Ergebnis in der Online-Umfrage erzielt. Die Einschätzung der Autorin im Rahmen der Erstellung der Muster-Story bestätigte allerdings, dass diese Art der Darstellung bei der Produktion von Vorteil ist. Aufgrund der geringen Clip-Länge würde ohne eine thematisch zusammengehörige Reihenfolge der Clips der Bezug zur vorher gestellten Interviewfrage verloren gehen, wenn z.B. Antworten zur gleichen Frage verstreut in der Story auftreten würden. Durch die aufeinanderfolgende Darstellung von Interviewantworten erschließt sich dem Zuschauer der Zusammenhang direkt, und die Frage muss nur einmal formuliert werden.

Verwendung von Off-Texten

Für die Überprüfung der Verwendung von Off-Texten war in einer der beiden Varianten lediglich ein Schnittbild mit einem dazu aufgenommenen Off-Text der Autorin zu sehen. Als Gegenbeispiel wurde die gleiche Szene im Selfie-Modus aufgenommen. Bei der Gegenüberstellung im Rahmen der Muster-Story entschieden sich 76 Prozent der Umfrageteilnehmer für die Variante mit Off-Text. Dies bestätigt auch den Wunsch der Zuschauer nach persönlicher Zurückhaltung der Reporter.

Sparsamer Einsatz von Selfies

Die Frage nach der Toleranz für Selfies aus Zuschauersicht war ebenfalls Bestandteil der Umfrage. Die Befragten wurden um einen konkreten Zahlenwert der

maximal aufeinanderfolgenden Anzahl von Selfies befragt. Bei einer Gesamtheit von 99 Teilnehmern gaben 35 an, maximal drei Selfies hintereinander als angemessen zu empfinden. Diese Angabe wurde gemacht ohne dass Vorabinformationen aus der Analyse bereitgestellt wurden. Auch in der Frage nach den Bedingungen, die eine Story erfüllen sollte, wurde oft der sparsame Einsatz von Selfies gefordert. Als Begründung hierfür brachten Umfrageteilnehmer u.a. an, dass Selfies zu sehr den Reporter und nicht das Thema/das Ereignis in den Mittelpunkt rückten und die Verwendung von Selfies als Selbstdarstellung des Reporters betrachtet werde.

Bereitschaft zu Spontaneität

Spontaneität ist ein weiterer Punkt, der als besondere Anforderung an den Reporter einer Story zu betrachten ist. Spontane Begegnungen mit Menschen vor Ort bzw. Ereignisse beim Erstellen der Muster-Story führten dazu, dass die endgültige Fassung der Muster-Story von ihrem ursprünglichen Konzept stark abwich. Die Bereitschaft zur Spontaneität ist deshalb ein Hilfsmittel, um die Inhalte der Story authentischer zu gestalten.

Schaffung von Zuschauerbindung

In der Muster-Story wurden die Zuschauer aufgefordert Feedback zu senden. Dies konnte jedoch nicht als letzter Snap verwendet werden, da an dieser Stelle der Dank für die Teilnahme an der Umfrage folgen musste. Da die Muster-Story aufgrund der zu geringen Followerschaft seitens der Autorin nicht öffentlich gepostet wurde, lässt sich hier keine Schlussfolgerung darüber ableiten, ob Zuschauer auf den Aufruf hin geantwortet hätten oder ob dieser Aufruf zu einer höheren Bindung für den Zuschauer führte. Allerdings wurde im Rahmen der Umfrage nach der Bereitschaft den Reportern der Storys zu antworten gefragt. 54% und damit die Mehrheit gab an, sie könnten sich vorstellen, eine private Antwort an den Reporter zu senden.

Fazit

Die Hälfte der getroffenen Empfehlungen lässt sich unter der Überschrift *optische Gestaltung* zusammenfassen. Hier spielen die Kreativität und Experimentierfreude des Reporters eine wichtige Rolle: sei es die Kombination mehrerer Elemente, die Nutzung von Texteinblendungen, die Vorstellung handelnder Personen, die sparsame Verwendung von Off-Texten oder der Einsatz von Selfies. Bei der Kombination mehrerer Elemente muss abschließend die Empfehlung der sparsamen Nutzung von Foto- im Vergleich zu Video-Clips getroffen werden.

Die zweite Hälfte der Handlungsempfehlungen weist vorrangig inhaltlichen Charakter auf. Ein klares Briefing für Interview- und Umfragepartner ist Voraussetzung für gelungene O-Töne, die nicht durch die Zeitbegrenzung abgeschnitten werden. Die Bereitschaft zur Spontaneität zeigte sich sowohl in der Analyse als auch in der Umsetzungsphase der Muster-Story als wichtiges Hilfs- und Stilmittel.

Schließlich ist die Zuschauerbindung ein Punkt, der sich nicht nur wirtschaftlich, sondern auch inhaltlich begründen lässt. Die Reporter haben die Chance direktes Feedback auf die veröffentlichten Storys zu erhalten oder Themen nachzugehen, die die Zielgruppe besonders interessieren. Ein Aufruf zur Interaktivität zum Ende einer Story sollte demzufolge eingebunden werden.

Da das wesentliche Erscheinungsbild von Storys – die 24-stündige Verfügbarkeit der Inhalte, die zeitlich begrenzten Clips, das Hochkant-Format und das optische Auftreten – auf allen Plattformen sehr ähnlich ist, können die hier für *Snapchat* getroffenen Aussagen über optische und inhaltliche Gestaltung auch auf Storys auf anderen Plattformen übertragen werden.

Facebook's CPO Chris Cox verkündete bereits im letzten Jahr, dass die Storys auf dem Weg sind andere Nachrichten-Feeds zu überholen (vgl. Bogost 2018). Cristina Wilson geht sogar noch einen Schritt weiter und behauptet auf *NiemanLab.org* »Wenn wir als Instagram-Nutzer durchschnittlich 24 bis 32 Minuten damit verbringen, Stories zu betrachten, müssen wir als Produzenten sie als das behandeln, was sie sind – der neue Fernseher.« (Wilson 2018)

Über die Autorin

Theresa Möckel (*1995) ist seit Ende 2018 im Masterstudiengang Fernsehjournalismus an der Hochschule Hannover eingeschrieben. Davor absolvierte sie den ingenieurwissenschaftlichen Medientechnik-Bachelorstudiengang an der HTWK Leipzig und war gleichzeitig für *floid* aktiv, das Fernsehen der HTWK Leipzig. Das dort ins Leben gerufene Video-Format »FLOG« entwickelte sie zusammen mit ihrer Kommilitonin Kyra Prohaska um Inhalte flexibel per Smartphone produzieren und schnell veröffentlichen zu können. Kontakt: moeckel.theresa@gmail.com

Der Beitrag bezieht sich auf die Bachelorarbeit *Short mobile Journalism – Kriterien für journalistische Beiträge im Story-Format am Beispiel von »hochkant« auf Snapchat* und fasst die dort vorgenommenen Untersuchungen und Ergebnisse zusammen.

Literatur

- Anonym (2018): »Mehr ›Stories‹ und noch mehr von allem.« <http://www.grimme-online-award.de/presse/pressemeldungen/d/mehr-stories-und-noch-mehr-von-allem/>
- Atkinson, Sarah (2016): »Wie dein Smartphone das Kino verändert. In: Netzpiloten, 26. November 2018. <http://www.netzpiloten.de/smartphone-kino/>
- Bogost, Ian (2018): » Why ›Stories‹ Took Over Your Smartphone«. 12. Januar 2019. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/05/smartphone-stories-snapchat-instagram-facebook/559517/>
- Döring, Nicola; Jürgen Bortz (2016): *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Faulstich, Werner (2008): *Grundkurs Fernsehanalyse*. Paderborn: Fink.
- Firsching, Jan (2018): »Snapchat Statistiken für 2018: Nutzerzahlen, versendete Snaps & Verweildauer.« 21. April 2018. <http://www.futurebiz.de/artikel/snapchat-statistiken-nutzerzahlen/>
- Glikson, Ella; Arik Cheshin; Gerben A. van Kleef (2018): »The Dark Side of a Smiley.« *Social Psychological and Personality Science* 5.
- Marbot, Lionel (2014): »Videos in eine Umfrage einbinden – Umfrage Online Blog.« 01. Juni 2018. <http://blog.umfrageonline.com/2014/04/29/videos-in-eine-umfrage-einbinden/>
- Müller-Lancé, Kathrin (2017): »Snapchat und Journalismus: G20 mit Hasenohren.« 28. Februar 2018. <http://www.taz.de/!5434913/>
- Newman, Nic ; Fletcher, Richard(2018): »Digital News Report 2018.« <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>
- Schulz, Eva (2017): »9½ DO'S UND DON'TS FÜR STORYTELLING AUF SNAPCHAT - YouTube.« 27. April 2018. <http://www.youtube.com/watch?v=wFGzvo-6h8uE>
- Steuer, Philipp (2016): »Snap me if you can: Das Buch für alle, die Snapchat endlich verstehen wollen.« 2. Ausgabe, 2016
- Wilson, Cristina (2017): » THE YEAR OF THE INSTAGRAM STORY«. 21. Januar 2019. <http://www.niemanlab.org/2017/12/the-year-of-the-instagram-story/>

Jonas Schützeneder

Zwischen Information, Dramatisierung und Unterhaltung

Eine Analyse zum Rollenbild und Selbstverständnis im Boulevardjournalismus

Abstract: Schmierfink oder Unterhalter? Meisterliche Recherche oder Panikmache? Der Boulevardjournalismus und seine Akteure leben von der inhaltlichen Zuspitzung und einer Emotionalisierung von Themen. Dafür werden sie regelmäßig kritisiert, trotzdem erreichen ihre Produkte einen Großteil der Bevölkerung. Der Balanceakt zwischen Information, Dramatisierung und Unterhaltung ist ein eigenes Forschungsfeld, wobei aber oft die Sicht der Beteiligten vernachlässigt wird. Wie sehen die Akteure selbst ihre Rolle? Eine qualitative Befragung von 14 deutschen Boulevardjournalisten zeigt, dass sich Boulevard und Sensibilität aus Sicht der Befragten nicht ausschließen und die Digitalisierung neue Möglichkeiten und Herausforderungen mit sich bringt.

»Was der sagt, das gilt, gell Spatzl?«, fragt Helmut Fischer als *Monaco Franze* (BR-Produktion 1983, Folge 1) in der gleichnamigen Kultserie seine Frau Annette von Söttingen (gespielt von Ruth Maria Kubitschek). Gemeint ist der Literaturkritiker Hans Böttner-Salm von der fiktiven »Abendzeitung«. Von diesem besorgt sich der clevere Monaco vorab die Kritik zur Opern-Aufführung von Wagners Walküre und trumpft damit in der ihm so verhassten Kulturszene genüsslich auf. Die kurze Episode blickt humorvoll auf die Wechselwirkung zwischen Boulevardjournalismus und Publikum. Ein Aspekt gilt dabei bis heute: Inhalte im Boulevardjournalismus beruhen auf ökonomischen und häufig auch politischen Interessen, Spezifika liegen in der Selektion und Präsentation der Inhalte (vgl. Engesser/Krämer/Ammann 2010: 136). Die Journalistik und Kommunikationswissenschaft haben in dieser Form der Berichterstattung lange Zeit mehr ein Übel als eine wissenschaftliche Herausforderung gesehen (vgl. Lünenborg 2005: 97). Dazu passt die Feststellung Rengers, die Boulevardjournalismus als »von oben nach unten abfallenden Prozess« bezeichnet: »der scheinbare Niedergang von einem

den Qualitätsnormen Objektivität und der Vermittlung von Wahrheit verpflichteten, hoch stehenden Informationsjournalismus zu einem sich an die Begierden und Unterhaltungswünsche des Publikums anbietenden, minderwertigen Sensationsjournalismus« (Renger 1998: 28). Der vorliegende Aufsatz greift die Kritik auf und spielt sie in konstruktiver Form an die Boulevardjournalisten⁽¹⁾ zurück. Wie sehen sie ihre eigene Rolle, das Berufsbild, welche Probleme und Lösungen können sie beschreiben? 14 deutsche Boulevardjournalisten wurden mittels Leitfaden-Interviews befragt.

1 Ist Boulevardisierung omnipräsent?

Boulevardeske Inhalte sind längst nicht mehr ausschließlich in klassischen Boulevardmedien zu finden. Die starke Fokussierung auf Reichweite und Interaktionen macht zahlreiche Online-Auftritte zu einem kaum mehr unterscheidbaren Mix aus Stars, Crime und Skandalen (vgl. Berg 2018: 58). Boulevardjournalismus findet sich dabei nicht nur in Print- und Onlineangeboten, sondern als Form von Unterhaltungsjournalismus auch im Hörfunk und TV (vgl. Pürer 2003: 155). Die kritischen Rollenbilder variieren demnach nur minimal zwischen »Marktschreier, (...) Entertainer, ein fröhlicher Kumpel jedweder Prominenz« (Löffler 1997: 23). Inhaltlich wird stets von einem »Verlust der Tiefe« gesprochen, weil es der Boulevard-Berichterstattung an Vollständigkeit, Distanz und/oder Objektivität mangle (vgl. Leidenberger 2015: 132). Unter dem Schlagwort der Boulevardisierung verstehen wir daher eine Spielart des Journalismus, die sich vor allem durch die Integration boulevardesker Inhalte ausdrückt. Dadurch ist Boulevardjournalismus in erster Linie durch den Unterhaltungsgrad determiniert und grenzt sich deutlich vom Qualitätsjournalismus ab (vgl. Friedrich/Jandura 2012: 404).

Überhaupt war der Blick der Wissenschaft auf den Boulevardjournalismus lange Zeit von einer Perspektive dominiert: den Boulevardjournalismus vom Qualitätsjournalismus abzugrenzen und als Bedrohung für journalistische Qualität zu beanstanden (vgl. Weischenberg 1997; Langer 1998). Die boulevardesken Tendenzen machten trotzdem nicht vor etablierten Medien Halt und versorgten die wissenschaftlichen Diskurse so weiter mit Inhalten. Weischenberg, Malik und Scholl (2006: 16) fragten provokant und gleichermaßen besorgt: »Wie sehr kann man Weihwasser verdünnen, ohne dass es seine Wirkung verliert? Wie und wann geht dem Journalismus durch die Prozesse der Boulevardisierung so viel Substanz verloren, dass er als Instrument der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung untauglich wird?« Diese Frage wird bis heute regelmäßig aufgegriffen.

1 Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt, dennoch beziehen sich die Angaben auf Angehörige beider Geschlechter.

Auf einer anderen Ebene argumentiert Lünenborg (2016: 325) und stellt fest, dass die Ausdifferenzierung von Boulevardformaten in allen Mediengattungen beobachtet werden kann. Dabei ist allerdings auch eine Entdifferenzierung zu beobachten, »bei der Strategien der Boulevardisierung traditionelle Formen des Informationsjournalismus beeinflussen und verändern.« Gerade deshalb seien Entwicklungen in und um den Boulevardjournalismus auf publizistischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Ebene höchst relevant. Sparks (2000: 1) kritisierte bereits vor knapp 20 Jahren: »The high standards of yesterday are being undermined by sensationalism, prurience, triviality, malice and plain, simple credulity.«

In Ergänzung zur Diskussion um die Inhalte ist auch die ökonomische Dimension zu sehen. Nach Büscher (vgl. 1996: 24) zeigen sich in der Gestaltung von Boulevardinhalten zwei wesentliche Elemente: Leserfang und Leserbindung. Leserfang ist kurzfristig ausgelegt und wird durch inhaltliche Zuspitzung und optische Reize umgesetzt. Die Leserbindung ist mittel- und langfristig konzipiert und soll das Publikum auch über die Pflege eines Images an die eigene Marke binden. In der gegenwärtigen Lage greifen unter dem Druck sinkender Auflagen und Anzeigenerlöse auch andere Medienanbieter auf diese Doppelstrategie zurück. Anders ausgedrückt: »Das Mittel ist die Boulevardisierung, der Zweck der kommerzielle Erfolg« (Weischenberg 2003: 72). Anhand verschiedener Indikatoren (z.B. Vielfalt, Professionalität, Relevanz) wird »deutlich (...), warum Boulevardisierung häufig als Gefährdung des Qualitätsjournalismus gesehen wird« (Landmeier/Daschmann 2011: 184). Dazu passen auch die Befunde aus einer qualitativen Studie von Lieske (vgl. 2008: 157ff.), die nach dem Image von Journalisten fragt. Die befragten Rezipienten differenzieren darin jeweils präzise zwischen Boulevardjournalisten und »seriösen Journalisten«. Ersteren wird »Rücksichtslosigkeit«, »Unehrllichkeit« und »Sensationsgier« zugeordnet.

Nicht nur dazu finden sich zahlreiche Studien, die größtenteils inhaltsanalytisch vorgehen und dabei verschiedene Qualitätskriterien auf Basis von Boulevardinhalten operationalisieren. So zeigten beispielsweise Donsbach und Büttner (vgl. 2005), dass die TV-Berichterstattung in Nachrichtenformaten unabhängig vom Sender einen »signifikanten Anstieg der Beiträge mit Vermischung von Nachricht und Meinung« aufzeigt. Ähnliche Erkenntnisse liefert eine quantitative Inhaltsanalyse von Schäfer-Hock. Diese zeigt, dass im Vergleich der Jahre 1992 und 2012 die boulevardesken Inhalte in allen untersuchten Tageszeitungen (analysiert wurden überregionale Tageszeitungen und Boulevardmedien) deutlich zugenommen haben (vgl. Schäfer-Hock 2013: 300). Die Inhaltsanalyse von Landmeier/Daschmann (vgl. 2011: 184) demonstriert, dass auch »die konservative publizistische Institution Deutschlands« (Siering 2002: 86), die FAZ, einen leichten Boulevardisierungstrend aufweist. So steigt im Untersuchungszeitraum die Prominenz der soften Themen. Im Zeitverlauf ist eine Verringerung des Anteils der »hard news« von rund 60 Prozent im Jahr 1982 auf knapp 53 im Jahr 2006 zu beobachten.

Obwohl die Boulevardisierung klassischer Medienangebote in weiteren Studien mit vergleichbaren Ergebnissen nachgewiesen wird, bleiben vor allem mit Blick auf die Zukunft entscheidende Fragen offen: Wenn klassische Medienangebote vermehrt auf Boulevardinhalte setzen, was passiert dann mit dem ursprünglichen Boulevardjournalismus? Einer Publicom-Studie (vgl. Publicom 2016) zufolge stehen schwierige Zeiten bevor. Geht es nach den 40 Experten, die nach der Zukunftsperspektive von Boulevardjournalismus, Informationsjournalismus, Enthüllungsjournalismus und Interpretativem Journalismus gefragt wurden, hat der Boulevardjournalismus die mit Abstand schlechteste Perspektive. Nur 38 Prozent halten es für wahrscheinlich, dass sich der Boulevardjournalismus in Zukunft noch selbstständig finanzieren kann. Die besten Perspektiven werden dem interpretativen Journalismus zugeschrieben (83 Prozent).

2 Fragestellung und Methode

Diese düstere Aussicht ist eine gute Vorlage, um folgende Forschungsfragen anzugehen:

- 1) Wie sehen Boulevardjournalisten Ausgangslage und Zukunft ihres Berufes?
- 2) Welche Rollen- und Selbstbilder schildern sie?

Zur Untersuchung wurde eine qualitative Befragung mit einem Leitfaden eingesetzt (vgl. Häder 2010: 261). Qualitative Befragungen sind Subjekt-bezogen – weniger der Leitfaden, vielmehr die Interviewten bestimmen durch ihre Antworten den Gesprächsverlauf. Es wurden 14 Interviews mit Boulevardjournalisten und -journalistinnen aus TV (7), Print (2 Zeitung, 3 Magazine) und Online (2) geführt. Bei der Recherche möglicher Gesprächspartner wurde darauf geachtet, dass die oben genannten Ausspielkanäle vertreten sind und die Befragten für gängige Boulevardangebote arbeiten. Die mittlere Länge der Befragungen betrug 55 Minuten. Die Interviews wurden vor der Veröffentlichung autorisiert. Da von einigen Interviewpartnern eine Anonymisierung erwünscht war, werden im Folgenden keine Namen oder das Alter sowie Redaktion oder Medien genannt, sondern es wird nur zwischen TV, Print und Online unterschieden.

3 Ergebnisse

Bei der Befragung wurden 14 Boulevardjournalisten im Alter von 25 bis 57 Jahren interviewt. Das durchschnittliche Alter beträgt 38 Jahre. Mit Blick auf die Position in der Redaktion zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten (5) als Redakteur arbeitet, dazu kommen Führungskräfte (4), Moderator, freier Journalist, Editor, Reporter und Volontär (je 1). Beim Großteil beträgt die Arbeitszeit zwischen sechs und neun Stunden täglich, was im Durchschnitt einer normalen 40-Stunden-Woche entspricht. Mehrheitlich ist damit von regulär und vertraglich geregelten

Arbeitszeiten auszugehen. Diese Annahme ergänzt nur die Aussage eines Journalisten aus dem Printbereich:

»Als Boulevardjournalist [...] ist man immer im Einsatz. Ob ich jetzt, wie gesagt, beim Essen sitze mit Freunden, wie es vorhin war oder ich bei einem offiziellen Pressetermin bin. Es gibt keine geregelten Arbeitszeiten und darüber hinaus: Ein Arbeitstag geht dann auch mal bis um 2 Uhr in der Früh, wenn es noch eine Party nach einer Filmveranstaltung gibt.« (Print-Redakteur)

Ein weiterer Journalist, der beim Fernsehen arbeitet, erklärt, er habe seine Arbeitszeit nach anfänglichen 70 Stunden in der Woche auf ungefähr 50 reduziert.

Im nächsten Schritt sollten die Befragten genauer auf die Inhalte ihrer Produkte eingehen. Dabei sollten die aktuell wichtigsten Themenfelder (ohne Vorgaben) aufgezählt werden. Wie nahezu alle schildern, wird die Berichterstattung in Boulevardmedien von Themen aus der Gesellschaft dominiert. Alle Befragten betonen die Wichtigkeit, »sich in den Leser hineinzusetzen« und Themen so zu wählen, dass diese auf Interesse stoßen. Die Emotionalität der Berichterstattung gehört an dieser Stelle zwangsläufig genannt. Für die befragten Boulevardjournalisten ist diese Form der Nachrichtenauswahl unabdingbar und ein Leserbezug ein Qualitätsmerkmal der Medienproduktion.

Besonders häufig wird »Prominenz« (insgesamt neunmal) angeführt. Einige Redaktionen legen ihren Themenschwerpunkt fast ausschließlich auf diesen Bereich. Natürlich variieren die Kernthemen aber je nach Medium und Format. Neben aktuellen Themen wie der »Flüchtlingskrise« zählen viele der Befragten »Verbrechen«, »Skandale« und »Unfälle« zu Themen, die häufig im Boulevard vorkommen. Aktuelle Geschehnisse werden oft in »Service-Beiträgen« dargestellt, um diese verständlich zu präsentieren. Als Beispiel werden hier kurze Frage-Antwort-Formate genannt, die die Komplexität eines Themas reduzieren sollen.

3.1 Konkurrenz und Publikum bestimmen die Themenauswahl

Im nächsten Schritt sollten die Interviewten noch mehr über die Nachrichtenfaktoren berichten. Relevanz und Aktualität werden demnach als wichtigste Kriterien für die Themenauswahl angesehen. Recherchiert werden Themen meist durch Blick auf konkurrierende Nachrichtenangebote (Online oder Print) und PR-Agenturen. Häufig stoßen Journalisten auch im Internet beziehungsweise in Sozialen Netzwerken auf gesellschaftliche Trends. Als Aufhänger für die Berichterstattung gelten aber auch öffentliche Veranstaltungen wie der Besuch einer Gala. Alle befragten Journalisten schreiben außerdem der direkten und indirekten Konkurrenz eine bedeutende Rolle zu. Die regelmäßige Beobachtung sowohl großer Printmedien, als auch konkurrierender Nachrichtenangebote gehört bei

der Mehrheit zur täglichen Arbeit in der Redaktion. Dabei dient die Konkurrenz aber nicht nur als Vergleichswert, sondern auch als Ideengeber. Das Bestreben danach, möglichst der Beste und Schnellste zu sein, scheint die Boulevardlandschaft besonders zu prägen. Einen Grund für den Fokus auf seichte und unterhaltende Themen nennt der Chefredakteur einer Zeitung:

»Wir haben auch gar nicht den Anspruch, die Welt zu verändern. Das überlassen wir den anderen. Ich bin natürlich froh, dass es sie gibt.«

3.2 Bescheidenes Selbstbild

Die Boulevardjournalisten wurden als nächstes gefragt, was ihnen an ihrem Job gefällt. Es zeigt sich, dass die Befragten besonders die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung an ihrem Job schätzen. Dieser lässt sich durch die drei Begriffe Freiheit, Teamarbeit und Abwechslung charakterisieren. Im Bereich der Teamarbeit verdeutlichen die Journalisten nicht nur die menschlichen Aspekte in der Redaktion, sondern auch die Beziehungen nach außen mit Interviewpartnern oder Prominenten. Bezogen auf die Abwechslung spielen Aussagen wie »kein Tag wie der andere«, oder es werde »nie langweilig« eine ebenso große Rolle wie die Tatsache, oft unterwegs zu sein und damit die Möglichkeit zu haben, »fremde Eindrücke mitzunehmen«. Im Unterpunkt Freiheit wird das selbstbestimmte Arbeiten mit eigenständiger Themenauswahl und Beitragserstellung besonders hervorgehoben. Im Beruf des Boulevardjournalisten wird viel Wert auf Eigeninitiative gelegt. Darüber hinaus wird auch das Privileg, Fragen stellen zu dürfen, angesprochen. Lediglich zwei Befragte erwähnen mit »Zeitdruck« und »Häufigkeit von Abendterminen« negative Aspekte.

Um das Selbstbild genauer zu untersuchen, wurden die Befragten dazu aufgefordert, sich in ihrer Rolle als Boulevardjournalisten zu beschreiben. Die Antworten sind sehr vielseitig ausgefallen.

So beschreibt sich ein Printjournalist beispielsweise als »erste Instanz für dieses Heft«, ein weiterer betont den Kampf für seine Position und seine Geschichten, die er möglichst prominent im Magazin sehen möchte. Ein Fernsehjournalist sieht sich als »Dienstleister«, der versucht, »ein komplexes Weltbild [...] in eine Form und in einen Fluss zu bringen, sodass man es hinterher auch versteht.« Ein weiterer Befragter charakterisiert sich als »Kapitän und als Blattmacher [...]«, ein Printredakteur schildert, dass er »kein Schlagzeilen-Raushauer« sei.

Im Allgemeinen unterscheiden Boulevardjournalisten ihre Rolle gegenüber Interviewpartnern, die Wahrnehmung ihrer Rolle nach außen, ihre Rolle innerhalb des Journalismus, ihre Rolle in der Redaktion und ihre Rolle für die Rezipienten.

Aus der Befragung geht ebenfalls hervor, dass Boulevardjournalisten – auch wenn die Wahrnehmung von außen variiert und eher kritisch ist – sich nicht

nur als »Boulevardjournalist[en] sehen, sondern allgemein als Journalist[en]«. Die Rolle sei in ihren Augen »auch keine Frage von Boulevard«, denn in erster Linie verstehen sich die Befragten als Journalisten, die ihr Handwerk beherrschen müssen. Ein weiterer Befragter, der vorher im öffentlich-rechtlichen Fernsehen gearbeitet hatte, hebt noch hervor, dass dort »die gleichen Regeln wie jetzt in einer Boulevardsendung [gelten].«

Gegenüber dem Rezipienten schreibt man sich die Verantwortung zu, Inhalte leicht und verständlich, aber auch interessant und spannend zu gestalten und dem Zuschauer oder Leser so Spaß zu bieten. Meldungen müssen relevant sein und das Interesse des Rezipienten wecken. Darüber besteht Einigkeit. Nur einer von insgesamt 14 befragten Journalisten aus dem Printbereich sieht sich in einer Rolle als Einzelkämpfer. Der Rest bezeichnet sich als Teamplayer, Koordinator oder Organisator.

Bezogen auf Eigenschaften und Interessen, die ihn und seine Kollegen zusammenbringen, sagt ein Journalist aus dem Printbereich:

»Was alle verbindet ist die Lust am Schreiben, die Lust am Menschen, das ist ganz wichtig. Und Offenheit ist auch wichtig, das was ich am Anfang gesagt habe; Neugier – ohne Neugier kann man diesen Beruf auch gar nicht ausüben. Und die Lust an unseren Themen.«

Was sollte ein Boulevardjournalist grundsätzlich mitbringen? Die Mehrheit der Befragten war sich einig, dass Teamfähigkeit und Durchsetzungsvermögen entscheidende Kriterien sind, um in der Branche bestehen zu können.

3.3 Zwei Typen von Boulevardjournalisten

In der Folge sollten die Befragten das Arbeitsumfeld Boulevardjournalismus näher schildern. Besonders auffällig an dieser Stelle: Nahezu alle bestätigen ein Stück weit eine vereinfachte Theorie: Es gibt »gute« und »weniger gute« Boulevardjournalisten. Alle Befragten kennen beide Typen aus eigener Erfahrung und schreiben diesen bestimmte Eigenschaften zu. Der hier zuerst charakterisierte Typ »guter« Boulevardjournalist ist in erster Linie durch die in seiner Natur liegende Menschlichkeit zu beschreiben. Seine Eigenschaften ermöglichen es ihm, mit den Personen in der Öffentlichkeit und den Protagonisten einfach in Kontakt zu treten und einen guten Draht aufzubauen. Besonders der Charakterzug Einfühlungsvermögen spiele hier eine bedeutende Rolle, da »die aus den Promis wirklich sehr viel rauskitzeln, also dass die sofort Vertrauen zu ihm haben. Das kann nicht jeder«. Das führe dann auch dazu, dass gegenüber diesen Journalisten die Bereitschaft höher ist, viel zu erzählen.

Dem gegenüber steht der oft mit »Klatsch und Tratsch« assoziierte »schlechte« Boulevardjournalist, der für eine gute Story oder das beste Bild ziemlich viel tun und sogar »über Leichen gehen« würde, wie es ein TV-Journalist beschreibt. Er sei einfach »geil auf Promi-Geschichten, auf Sensationen«. Charakteristisch für die-

sen Typen sind ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein, arrogantes Auftreten, sowie seine künstliche Neugierde. Seine Arbeit zeichne sich vor allem dadurch aus, dass er sehr forsch und offensiv vorgehe, um oftmals die wunden Punkte der Prominenten zu treffen. Es wird versucht, »sie in einer privaten Situation abzufangen und [...] Fragen [zu stellen], die ein bisschen unter die Gürtellinie gehen«. »Also es unterscheidet sich einfach im Respekt«, so wird es von einem Fernsehjournalisten beschrieben. Einigkeit besteht darin, dass es diese Typen gibt und dass sie ein schlechtes Licht auf die komplette Branche werfen. Die Befragten argumentieren, dass ökonomische Zwänge die Eigenschaften dieses Typus weiter verstärken, bzw. genau solche Typen vermehrt gesucht seien.

Im Zuge der Diskussion über verschiedene Typen von Boulevardjournalisten wurde von der Hälfte der Befragten deshalb auch nochmals auf die besondere Bedeutung der Qualitätskriterien und auf korrekte Recherche hingewiesen. »Wichtig ist aber immer, dass alle die journalistischen Prinzipien einhalten: Mehrquellenprinzip, nicht bloß von der Konkurrenz abschreiben, Eigenrecherche betreiben und mit eigenem Material die Artikel anreichern«.

3.4 Ausblick in die Zukunft des Boulevardjournalismus

Abschließend wurde gefragt, wo Boulevardjournalismus langfristig hinsteuert und mit welchen Herausforderungen er konfrontiert ist. Die Mehrheit der Interviewten ist schon länger in der Branche beschäftigt und konnte die Veränderungen in den vergangenen Jahren selbst miterleben. Einer der befragten Boulevardjournalisten gibt sich speziell mit Blick auf den Printmarkt optimistisch: »Noch werden auf dem Markt Millionen Hefte verkauft. Das heißt, auch die Jüngeren lesen noch gern Boulevard.« Die Rolle des Rezipienten habe sich jedoch stark verändert. Früher seien veröffentlichte Geschichten kommentarlos angenommen und konsumiert worden. Leser und Zuschauer hätten die Inhalte nicht weiter kritisch hinterfragt: »Die Leute haben genommen, was sie kriegen konnten.« Mehrere Befragte betonen, dass die Adressaten kritischer geworden seien. Eine übertriebene oder gar gefälschte Berichterstattung über Prominente werde direkt durchschaut und abgestraft, denn »die Zuschauer wollen nicht belogen werden«.

Um nicht unwissentlich falsche Informationen zu verbreiten, gestaltet sich die Recherchearbeit deutlich anspruchsvoller als in der Vergangenheit. Durch die Digitalisierung ist es zwar einfacher geworden, an neue Geschichten und Bilder zu gelangen, doch die Informationsüberflutung und die zahlreichen Ausspielungskanäle und Quellen stellen Journalisten vor neue Herausforderungen. Die Schnelllebigkeit der Branche birgt Fehlerquellen, die es vor Veröffentlichung der Inhalte zu eliminieren gilt.

Ein befragter Journalist sieht in dieser Notwendigkeit sogar die Entstehung eines neuen Arbeitsfelds: »Ich glaube, dass sich irgendwann in den großen Medi-

enhäusern ganze Heerscharen von Menschen nur damit beschäftigen müssen: Ist das jetzt eigentlich echt oder ist es das nicht?» Ein Online-Redakteur fordert, dass eine vage Aussage auch dementsprechend als solche gekennzeichnet werden sollte: »Manchmal muss man auch einfach sagen, dass man es nicht sicher weiß.«

Im deutlichen Gegensatz zur komplexen Rechercharbeit steht die Möglichkeit der Prominenten, ihre Geschichten und Gedanken selbstständig auf ihren sozialen Kanälen zu veröffentlichen und somit die Arbeit der Journalisten vorwegzunehmen. Für einige Medienunternehmen ist das allerdings auch eine Arbeitsentlastung:

»Gerade für uns als Boulevardmedium sind dann auch die Instagram-Kanäle interessant, ob da in letzter Zeit mal wieder ein interessanter Post abgesetzt wurde. Wo wir dann vielleicht sogar das Bild hernehmen können.«

Konsens besteht darüber, wie die Befragten den heutigen Boulevardjournalismus im Vergleich zu früher beschreiben: »Feinfühlicher«, »respektvoller«, »weniger provozierend« und »milder« sei er geworden. So betonen die Befragten auch, dass der Boulevardjournalismus verstärkt Wert auf die Grundsätze journalistischer Arbeit legen sollte. Hier wird explizit das Vorgehen auf Online- und Social-Media-Kanälen kritisiert. Die Befragten sehen mit großer Sorge einen Wettlauf um User, kommen auf Nachfrage aber mehrheitlich zum Schluss: »Irgendwie müssen wir unsere Inhalte ja verkaufen.«

Positiv gewürdigt werden dafür kleinere Veränderungen bei der Berichterstattung. Vor allem der verstärkte Schutz der Kinder von Prominenten sei schon lange relevant gewesen und nicht genügend durchgesetzt worden. TV-Medien seien vorsichtiger geworden. »Man kann nicht berichten ohne Rücksicht auf Moral«, betont ein Befragter. Ein TV-Journalist meint hingegen: »Die Basics haben sich nicht verändert: nämlich sauber recherchieren und ordentlich und ausgewogen Geschichten erzählen [...]«. Die Veränderung bestehe darin, sich als Journalist zusätzlich verstärkt mit technischen Aspekten auseinandersetzen zu müssen.

Auf Grundlage der Antworten lässt sich feststellen, dass es Bedenken hinsichtlich der Umsetzung journalistischer Ansprüche gibt. Die geforderte Qualität könne nicht erbracht werden, wenn in Redaktionen weiterhin der immense Zeitdruck einer schnellen Veröffentlichung bestehe. Hier grenzen die Befragten aber einmal mehr ab: Für die Recherche von TV- und Printproduktionen sei die Frage nach möglichst hoher Qualität omnipräsent und täglich Gegenstand der redaktionsinternen Diskussionen. Online zähle hingegen nur eine Währung: möglichst hohe Reichweite.

4 Fazit

Zusammenfassend zeigt sich, dass die Veränderungen im Boulevardjournalismus zu einem höchst ambivalenten Bild der Branche geführt haben. Die Aussage eines

TV-Journalisten verdeutlicht dies: »Der Begriff (gemeint ist Boulevardjournalismus) ist einfach ein Stück weit überholt; man kann ihn nicht mehr definieren, er verschwimmt immer mehr.« Die 14 Befragten schildern aus ihrer Sicht durchaus selbstkritisch, dass Boulevardjournalismus längst nicht immer die üblichen Kriterien für sauberen Journalismus einhalte und in Sozialen Medien medienübergreifend auf boulevardeske Vermarktungsstrategien zurückgegriffen werde. Alle Befragten bestätigen, dass die Arbeit durch die Digitalisierung enorm an Dynamik zugelegt hat und die ständige Überarbeitung von Themen und Neuigkeiten auf Dauer anstrengend und fehlerbehaftet sein könne. Trotzdem schätzen die Befragten ihren Beruf als Boulevardjournalisten. Sie genießen die Abwechslung und die Möglichkeiten, selbst zu recherchieren und zu schreiben. Das ist insofern interessant, weil vor allem die befragten TV- und Printjournalisten die Möglichkeit hervorheben, sich für eine Recherche etwas mehr Zeit zu nehmen.

Die Befragung hat darüber hinaus gezeigt, dass sich der Beruf des Boulevardjournalisten in Auffassung und Tätigkeit aus Sicht der Befragten nur gering von dem eines Journalisten aus anderen Ressorts unterscheidet. Der Journalismus befindet sich in einem stetigen und immer schnelleren Umbruch. Diese Ambivalenz in der Branche wird auch bei den Antworten über die zukünftigen Herausforderungen für den Boulevardjournalismus deutlich. In den Augen der Befragten schließen sich Sensibilität, komplexe Darstellungen und der Boulevardjournalismus nicht zwangsweise gegenseitig aus, werden aber jeweils durch Profitdruck und digitale Prozesse ständig hinterfragt.

Die Impulse aus den Befragungen zeigen auch, dass die wissenschaftliche Forschung rund um das Thema Boulevardjournalismus noch Rückstände aufweist. Die Befragten fühlen sich häufig in ein schlechtes Licht gerückt, kritisieren auch offen Recherchen und Fehler in der eigenen Branche. Gerade die Perspektive der Journalisten im Boulevard wurde in der Vergangenheit kaum gehört. Insofern ist der vorliegende Aufsatz auch ein Versuch, diese Perspektive zumindest im Ansatz herzustellen.

Über den Autor

Jonas Schützeneder (*1991) ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Zuvor absolvierte er neben dem Studium (Politikwissenschaften, Journalistik) eine Redakteursausbildung und war für verschiedene Zeitungen und Online-Medien tätig. Kontakt: Jonas.Schuetzeneder@ku.de

Literatur

Berg, Helena (2018): *Wissenschaftsjournalismus zwischen Elfenbeinturm und Boulevard: Eine Langzeitanalyse der Wissenschaftsberichterstattung deutscher Zeitungen*. Wiesbaden, Springer VS

- Büscher, Hartmut (1996): *Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse. Theoretische und empirische Studien zum emotionalen Wirkungspotential von Schlagzeilen der Bild-Zeitung im Assoziationsbereich »Tod«*. Frankfurt/M., Peter Lang
- Donsbach, Wolfgang; Büttner, Katrin (2005): Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. In: *Publizistik*, 50, 2005, S. 21-38
- Engesser, Sven; Krämer, Benjamin; Ammann, Ilona (2010): Bereichernd oder belanglos? Der Nachrichtenwert partizipativer Pressefotographie im Boulevardjournalismus. In: *Publizistik* 55, 2010, S. 129-151
- Friedrich, Katja; Jandura, Olaf (2012): Politikvermittlung durch Boulevardjournalismus. Eine öffentlichkeitstheoretische Neubestimmung. In: *Publizistik* 57, 2012, S. 403-417
- Häder, Michael (2010): *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung* (2. Auflage). Wiesbaden, Springer VS
- Landmeier, Christine; Daschmann, Gregor (2011): Im Seichten kann man nicht ertrinken? Boulevardisierung in der überregionalen deutschen Qualitätspresse. In: Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz; Imhof, Kurt; Jarren, Otfried (Hrsg.): *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien*. Wiesbaden [Springer VS] 2011, S. 177-191
- Langer, John (1998): *Tabloid television: Popular journalism and the »other news«*. London, Routledge
- Leidenberger, Jacob (2015): *Boulevardisierung von Fernsehnachrichten. Eine Inhaltsanalyse deutscher und französischer Hauptnachrichtensendungen*. Wiesbaden, Springer VS
- Lieske, Sandra (2008): *Das Image von Journalisten: Eine qualitative Untersuchung*. Wiesbaden, Springer VS
- Löffler, Sigrid (1997): *Gedruckte Videoclips. Vom Einfluss des Fernsehens auf die Zeitungskultur*. Wien, Picus
- Lünenborg, Margreth (2005): *Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden, Springer VS
- Lünenborg, Margreth (2016): Boulevardisierung im Journalismus. In: Meier, Klaus; Neuberger, Christoph (Hrsg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (2. Auflage). Baden-Baden [Nomos], S. 317-338
- Publicom (2016): *Rettet der Staat den Journalismus?* Delphinarium 2/2016, Kilchberg/Schweiz
- Pürer, Heinz (2003): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz, UVK
- Renger, Rudi (1998): Zur »Boulevardisierung« der österreichischen Medienwelt. In: Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hrsg.): *Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Erhebungsjahr 1997*. Salzburg, S. 28-32
- Schäfer-Hock, Christian (2013): *Journalistische Darstellungsformen im Wandel. Eine Untersuchung deutscher Tageszeitungen von 1992 bis 2012*. Wiesbaden, Springer VS

- Siering, Friedemann (2002): Zeitung für Deutschland. Die Gründergeneration der ›Frankfurter Allgemeinen‹. In: Hachmeister, Lutz; Siering, Friedemann (Hrsg.): *Die Herren Journalisten. Die Elite der deutschen Presse nach 1945*. München [Beck], S. 35-86
- Sparks, Colin (2000): Introduction. The Panic over Tabloid News. In: Sparks, Colin; Tulloch, John (Hrsg.): *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham [Rowman & Little], S. 1-40
- Weischenberg, Siegfried (1997): *Neues vom Tage: Die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt*. Hamburg, Rasch und Röhrling
- Weischenberg, Siegfried (2003): Boulevard, Talk, Retro und Ostalgie – Wann folgt die Renaissance des Journalismus? In: Friedrich Ebert-Stiftung (Hrsg.): *Auf dem Boulevard der Öffentlichkeit. Was kostet uns die Meinungsfreiheit?* (Protokoll des 8. Mediendisputs der Friedrich-Ebert-Stiftung vom 03. Oktober 2003 in Mainz, online aufgerufen unter <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/mainz/03945.pdf>
- Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz, UVK

Essay

Wiebke Möhring

Das Alltägliche vor Ort

Die Bedeutung des Lokaljournalismus
in der digitalen Medienwelt

Abstract: Die Bedeutung von Informationen über den eigenen Lebensort ist aus Sicht der Leserinnen und Leser hoch, Informiertsein über das eigene Umfeld ein grundlegendes Bedürfnis. Aus gesellschaftlicher Sicht wird die Bedeutung von Lokaljournalismus als relevant und wichtig eingeschätzt. Warum aber wird dann insbesondere aus publizistischer Sicht oftmals so sorgenvoll auf ihn geblickt? Der Beitrag wirft einen Blick auf Angebot, Zustand und Herausforderungen des Lokaljournalismus.

In den zurückliegenden Jahrzehnten haben sich die Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten in Angebot und Zugang rasant verändert. Es ist keine kommunikative und finanzielle Herausforderung herauszufinden, welche Schäden jüngst durch den Tsunami in Indonesien entstanden sind oder wie sich die Protestbewegung der Gelbwesten weiterentwickelt. Kaum jemand wird nicht mindestens über Dritte mitbekommen haben, dass die Ära Angela Merkel sich einem Ende zuneigt und dass über Fahrverbote für Dieselaautos diskutiert wird. Und dass im Jahr 2018 nicht der 1. FC Bayern, sondern Borussia Dortmund Herbstmeister geworden ist. Der Zugang zu Informationen über nationale und internationale politische und gesellschaftliche Ereignisse ist jeder und jedem möglich – wer gewillt ist, kann sich aus öffentlich zur Verfügung stehenden verschiedenen journalistischen Quellen weitestgehend umfassend informieren.

Doch was, wenn ich mich für lokale Ereignisse interessiere? Wenn ich wissen will, warum die Fassade des Rathauses seit Monaten eingerüstet ist oder ob es stimmt, dass in einem der Forschungsinstitute der heimischen Hochschule mit unbekanntem Bakterien experimentiert wird? Ob es bei der Wahl zum Bürger-

meisteramt eine Gegenkandidatin oder einen Gegenkandidaten gibt und was eigentlich der Unterhalt des städtischen Philharmonieorchesters kostet?

Wenn es um die Lokalberichterstattung geht, finden sich zwischen Zustandsbeschreibungen und Bedeutungszuweisungen oftmals Widersprüchlichkeiten. Bevor ich darauf und auf Qualität und Bedeutung eingehe, soll zunächst einmal das Angebot im Fokus stehen.

Lokale Kommunikationsangebote – Informationen vs. journalistische Einordnung

Auch wer auf der Suche nach lokalen Informationen ist, kann heute auf ein deutlich größeres und breiteres Angebot zurückgreifen. Kaum eine lokale Institution, Organisation oder ein lokales Unternehmen, welches nicht der interessierten Öffentlichkeit Informationen online und direkt zur Verfügung stellt: Müllabfuhrtermine, kirchliche Veranstaltungen, Kindergartenfeste, Diskussionen über den neuen Bebauungsplan oder der Lebenslauf der neuen Speditionsleiterin sind auf den jeweiligen Webseiten problemlos zu finden. Auch Stellungnahmen, Bewertungen oder Einschätzungen von gesellschaftlichen und politischen Ereignissen werden mir angeboten. Ich kann lokalen Unternehmen und Vereinen auf Facebook folgen, kann mich in lokalen Facebookgruppen oder Nachbarschaftsportalen mit anderen vernetzen und austauschen. Kostenlos verteilte Anzeigenblätter halten mich mindestens mit Blick auf die lokalen Veranstaltungen und Ereignisse auf dem Laufenden, mein Radiosender informiert mich über Staus und interviewt die Trainerin der glücklosen Handballmannschaft.

Vielleicht gibt es in meiner Stadt auch einen lokalen oder hyperlokalen Blog: In den letzten Jahren haben sich mit Blogs und lokalen Nachrichtenportalen neue Kommunikationsangebote entwickelt, deren Varianz in der Professionalität der Bearbeitung und Art der Inhalte groß ist – ihre Fluktuation ebenfalls. Nicht alle dieser Angebote bieten originär journalistisch aufbereitete Informationen an, manche werden von Laien betrieben, manche von journalistisch Ausgebildeten, manche von Redaktionsgemeinschaften, mal mit oder mal ohne redaktionelle Anbindung an traditionelle Medienunternehmen (Möhring/Keldenich 2018). Einige der Angebote sind tagesaktuell, andere konzentrieren sich auf wenige, aber dafür aufwändigere Beiträge in der Woche oder im Monat, einige Angebote spezialisieren sich auf einzelne lokale Themengebiete wie die städtische Modszene, Lokalsport oder politisches Stadtgeschehen, andere versuchen, über einen Stadtteil als Ganzes zu berichten (Röper 2016: 67-86). Diese (hyperlokalen) Blogs und Nachrichtenportale erweitern zunächst einmal die Vielfalt, sie können Zugang bieten zu zusätzlichen Informationen, die von etablierten Medien vor Ort nicht beachtet werden und sie bieten die Möglichkeit partizipativer Beteiligung (Möhring/Keldenich 2018).

Und nicht zuletzt kann ich mich in der örtlichen Tageszeitung (gedruckt und/oder online sowie über soziale Netzwerke) informieren. Sie ist trotz aller Reichweitenverluste bis heute die meistgenutzte Quelle lokaler Informationen, in nahezu allen lokalen Kommunikationsräumen prägen traditionelle Medienhäuser die medialen Strukturen. Aber sie hat, wie oben aufgezeigt, Konkurrenz bekommen, das lokale Informationsmonopol der örtlichen Zeitung ist aufgebrochen und Lokalredaktionen beobachten dies durchaus mit Sorge (Neuberger/Langenohl/Nuernbergk 2014). Und sie kämpft – nicht nur in Deutschland – mit massiven Reichweitenverlusten, einer veraltenden Leserschaft und finanziellen Problemen durch das zusätzliche Wegbrechen der Einnahmen aus dem Anzeigengeschäft (Kleis Nielsen 2015; Jenkins/Kleis Nielsen 2018). Ohne Zweifel: An lokalen Informationen mangelt es scheinbar nicht. Der lokale Kommunikationsraum ist heute offener und vielfältiger als vor zwanzig Jahren. Auch der Zugang ist einfach, wenn auch vielleicht manchmal etwas mühsam.

Dieses auf den ersten Blick vergrößerte lokale Kommunikationsangebot birgt auf den zweiten Blick aber durchaus gesellschaftliche Kommunikationsrisiken. Der lokale Kommunikationsraum fragmentiert sich und die lokale Öffentlichkeit teilt sich zunehmend auf in kleinere themen- oder interessensspezifische Teilöffentlichkeiten. Vergrößert hat sich in erster Linie das Angebot an lokalen Informationen, und das ist nicht gleichzusetzen mit einer Vergrößerung des Angebots lokaljournalistischer Inhalte. Im Gegenteil: Journalistische Berichterstattung, welche sich an professionellen Bearbeitungsstandards orientiert, die unabhängig ist, kritisch hinterfragt und einordnet, ist innerhalb dieses vergrößerten Informationsangebots in vielen Städten nur noch eine Stimme unter vielen, in manchen zudem eine eher kraftlose. Die Personalstärke in einigen Redaktionen ist dünn, es werden Wechelseiten anderer Redaktionen übernommen, Berichterstattung wird über nicht immer professionell ausgebildete freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abgedeckt. Für recherchieintensive Themen bleibt oftmals nicht die Zeit, zumal in der Printausgabe die vorgegebene Seitenzahl gefüllt werden muss.

Lokalberichterstattung als besondere Herausforderung – der Spagat im Redaktionsalltag

Das Lokale als Berichterstattungsgegenstand unterscheidet sich von anderen Ressorts erstens dadurch, dass es als sogenanntes Querschnittsressort thematisch vielfältiger ist. Nicht die thematische, sondern die geographische Passung steht bei redaktionellen Entscheidungen im Vordergrund, die Entscheidung über eine Berücksichtigung in der Berichterstattung wird auf Basis des lokalen Kommunikationsraumes und der Bedürfnisse seiner Akteure getroffen (Möhring 2013). Das sind neben besonderen Anlässen und Ereignissen vor allem die Geschichten des Alltäglichen vor Ort und über die, die dahinter zu finden sind. Dieser Fokus

bringt es mit sich, dass Lokalredaktionen zweitens in der Regel nicht auf Agenturmaterial zurückgreifen können, sondern dass sie zum einen Geschichten innerhalb des Verbreitungsgebietes selber recherchieren und setzen, selber Relevantes von Irrelevantem trennen müssen und zum anderen auf Material und Auskünfte der ortsansässigen Institutionen und Unternehmen angewiesen sind. Das bringt drittens mit sich, dass Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten integriert sein müssen innerhalb ihrer lokalen Kommunikationsräume, dass sie Teil sein müssen eines engen strukturellen und kommunikativen Netzwerks aus beruflichen und sozialen Kontakten, die nicht selten auch persönliche Kontakte sind. Daraus erwächst als spezifische Herausforderung, soziale Nähe zuzulassen und zugleich Distanz zu wahren. Für das journalistische Selbstbild von Lokaljournalistinnen und -journalisten bedeutet dies, dass sie neben neutraler und aktueller Informationsvermittlung für sich auch in Anspruch nehmen, komplexe Sachverhalte erklären zu wollen, die Realität abzubilden und eine Kritik- und Kontrollfunktion auszuüben. Und sich zugleich durchaus auch als Anwalt für ihre Region verstehen, also auch die schönen Seiten einer Stadt und ein positives Bild des Lebens vor Ort zeigen zu wollen. In der Konsequenz bedeutet dies, dass das lokale Geschehen in der Lokalberichterstattung beobachtet und reflektiert wird, dass es aber zugleich durch die lokalen Redaktionen auch aktiv mitgestaltet wird.

Die publizistischen Leistungen des Lokaljournalismus, das zeigt eine umfassende aktuelle Inhaltsanalyse, sind durchwachsen. Die Ergebnisse zahlreicher vorheriger Studien beschreiben den Lokaljournalismus mit vorwiegend negativen Schlagworten: Hofberichterstattung, Verlautbarungs-, Chronisten- oder Gefälligkeitsjournalismus. Zu wenig Kritik, zu viele Eliten, zu wenig Politik. Die aktuelle Studie zeigt, dass es Veränderungen gibt. Die Vielfalt der Themen und derjenigen, die zu Wort kommen, ist größer geworden, Zeitungen und ihre Onlineausgaben berichten ausgewogener und neutraler. Zentrale Defizite bleiben aber bestehen – zu wenig Kritik, zu wenig Hintergründe, zu wenig Diskursivität, zu wenig Partizipation; die Unterschiede zwischen verschiedenen Zeitungen und auch zwischen Stadt- und Landausgaben sind gravierend (Arnold/Wagner 2018: 188).

Fragt man nicht allein nach journalistischen Qualitätskriterien, sondern auch nach der Leistung, die Lokaljournalismus für die soziale Kohäsion in einer Stadt erbringt, zeigen die Ergebnisse von Studien, dass der soziale Zusammenhalt eine wichtige Rolle in der Berichterstattung spielt. In den untersuchten lokalen Printmedien wurde über Dimensionen der sozialen Netzwerke, über Zusammenhalt und Hilfsbereitschaft eher positiv und über die Abweichung von sozialen Normen und Regeln eher negativ berichtet (Leupold/Klinger/Jarren 2018: 977). Die untersuchten Printmedien – Lokalzeitungen, Anzeigenblätter und Boulevardzeitungen – unterscheiden sich in der Betonung der einzelnen Dimensionen dabei deutlich voneinander (ebd.). Und eine aktuelle Befragung zeigt den Wunsch von Menschen, dass ihre Sorgen und Ängste stärker in der Lokalberichterstattung auf-

gegriffen werden, dass mehr Lösungen und weniger Probleme die Berichterstattung prägen (Dinter 2018).

Wunsch nach lokaler Orientierung als zentrales Nutzungsmotiv – Anlass zur Hoffnung?

Die Probleme, vor denen der Lokaljournalismus steht, sind nicht durch ein Desinteresse der Menschen am Lokalen an sich verursacht. Im Gegenteil. Gerade in Zeiten gesellschaftlicher Unruhen und gesellschaftlicher Unsicherheiten ist das Bedürfnis nach sozialer Orientierung und Orientierung vor Ort groß. Der Wunsch, innerhalb des eigenen Lebensumfeldes autark agieren und partizipieren zu können, erzeugt ein Bedürfnis nach lokalen Informationen, im besten Fall bedient durch professionellen Lokaljournalismus. Das Interesse der Menschen für ihren Wohnort und die Bindung an den Wohnort sind zentrale Größen der lokalen Mediennutzung, unabhängig von Alter und Geschlecht und unabhängig von der Ortsgröße.

Dieses lokale Informationsbedürfnis ist ein Geschenk, welches verpflichtet. Ausgehend von der öffentlichen Aufgabe der Presse obliegt es dem Lokaljournalismus, dieses Bedürfnis zu bedienen. Das ist seine und auch von ihm selbst benannte Legitimation. Das Problem ist, dass Lokaljournalismus in der heutigen Form von immer weniger Menschen genutzt wird. Er wird innerhalb des zur Verfügung stehenden Angebots nicht mehr zwingend als zentrales Angebot für die eigene Information ausgewählt, was besonders für jüngere Menschen gilt. Die Gründe sind vielfältig: zu teuer, zu wenig den eigenen Interessen entsprechend, zu banal, zu traditionell.

Aus der sinkenden Nutzung von Lokaljournalismus lässt sich letztlich nur eine Konsequenz ziehen: Der Lokaljournalismus muss sich ändern. Die Strukturen lokaler Öffentlichkeit haben sich in digitalisierten Medienwelten ebenso geändert wie Nutzungsgewohnheiten und -repertoires. Eine solche Veränderung kann dabei nicht bedeuten, die gleichen Inhalte einfach nur online zugänglich zu machen. Die Veränderungen werden und müssen weitgreifend sein. Wie muss sich die Berichterstattung verändern? Was sind neue Erzählformen, neue Themen, die Wünsche der Menschen vor Ort? Wie können die Menschen stärker in die Berichterstattung eingebunden werden, welche partizipativen Formate die Lokalberichterstattung wie bereichern? Wie kann Lokaljournalismus neu gedacht werden, etwa durch das Nutzen technologischer Potenziale (Kramp 2018)? Journalistische Tugenden wie Neugier und Misstrauen sind weiterhin wichtig, die grundsätzlichen Bearbeitungsschritte der Recherche und des Schreibens bleiben erhalten – aber die Art der Präsentation muss sich ändern. Dieses Umdenken, der Umbau bisheriger Prozess- und Arbeitsroutinen ist ein mühsamer Weg (Jenkins/Kleis Nielsen, 2018). Ergebnis und Ziel sind noch weitgehend unbestimmt. Was wird das Geschäftsmodell sein

(Lobigs 2018)? Wie werden sich die digitalen Erlöse entwickeln? Müssen wir über Stiftungen, über medienpolitische Instrumente reden? Über Querfinanzierungen aus Nebengeschäften? Noch gibt es keine fundierten Antworten auf diese Fragen, etablierte Medienhäuser und neue Anbieter experimentieren.

Bleibt zu hoffen, dass Lokalredaktionen für diese Experimente zum einen genügend Veränderungsmut mitbringen. Die Aussage »stand up and startup instead of copy and paste« (Brouwers 2018: 561) verweist auf die Notwendigkeit, sich dem Lokalen möglicherweise auf völlig neue Art und Weise nähern zu müssen. Und zum anderen, dass dafür ausreichend Zeit und Ressourcen zur Verfügung stehen bzw. gestellt werden. Denn auch wenn Lokalredaktionen als das Herzstück der Medienhäuser benannt werden, stehen die Rahmenbedingungen, unter denen Lokaljournalismus entsteht, dazu im Widerspruch.

Es fällt so manchem und mancher leicht, auf den Lokaljournalismus herabzuschauen. Branchenintern wird, manchmal hinter vorgehaltener Hand, oftmals aber auch offen, der Lokaljournalismus ein wenig belächelt – zu alltäglich die Themen, zu kleinteilig die Ereignisse, zu wenig große Politik, zu viel Lokalklüngel. Und ja, so mancher Lokalteil gibt dem an vielen Tagen recht. Zusätzlich gilt das Lokale als Einsteiger-Ressort, als Übungsfeld für die anderen, die »großen« Ressorts. Aber: Es gibt auch sehr banale, termingetriebene und elitenorientierte Sportberichterstattung, Wirtschafts- oder Politikseiten. Unausgewogene Auslandsberichterstattung. Was den einen der Mief des Lokalen ist, ist gerade der Charme der Lokalberichterstattung: Das Berichten über das Alltägliche. Und das Hinterfragen der alltäglichen Strukturen. Dabei können Glanzstücke des Journalismus entstehen – wenn sie professionell gemacht sind.

Der Lokaljournalismus hat auch – oder gerade – in digitalen Medienwelten eine wichtige Aufgabe. Aus gesellschaftlicher und demokratietheoretischer Sicht ist ein funktionierender Lokaljournalismus mehr als wünschenswert: Informationen ermöglichen Teilhabe. Gleichzeitig kann er für die Glaubwürdigkeit des gesamten Berufsstandes ein wichtiger Gradmesser sein. Im Gegensatz zu anderen Berichterstattungsgegenständen sind viele der publizierten Fakten und Schlussfolgerungen durch die Menschen unmittelbar nachzuprüfen – das Vertrauen in lokale Medien ist entsprechend hoch (Guess/Nuyhan/Reifler 2018). Diesem Vertrauensvorschuss gilt es durch einen professionellen und zeitgemäßen Lokaljournalismus gerecht zu werden.

Über die Autorin

Dr. Wiebke Möhring (*1970) ist seit 2016 Professorin für Online- und Printjournalismus am Institut für Journalistik der TU Dortmund. Nach dem Studium des Medienmanagements und Philosophie in Hannover arbeitete sie am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung in Hannover, dann an der Hochschule Hannover. Ihre Forschungsaktivitäten liegen in den Bereichen Journalistik

lismusforschung, Prozesse und Inhalte öffentlicher Kommunikation mit dem Schwerpunkt lokaler Kommunikation sowie Methoden der empirischen Sozialforschung und Forschungsethik. Kontakt: wiebke.moehring@tu-dortmund.de

Literatur

- Arnold, Klaus; Wagner, Anna-Lena: Die Leistungen des Lokaljournalismus. In: *Publizistik*, 63(2), 2018, S. 177-206
- Brouwers, Bart: Local news in a digital world: Stand up and start up, instead of copy and paste. In: *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7(3), 2018, S. 561-568
- Dinter, Jan (2018, Juli): *Kommunikationsstress im Ruhrgebiet: Die Gesprächsstörung zwischen Politikern, Bürgern und Journalisten. Vorstellung ausgewählter Studienergebnisse*. Impulsvortrag und Diskussion am 5. Juli im Rahmen der Ergebniskonferenz »Entfremdung von Politik und Medien? Die Gesprächsstörung zwischen Politikern, Bürgern und Journalisten im Ruhrgebiet überwinden« der NRW School of Governance, Essen.
- Guess, Andrew; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason (2018): *All Media Trust Is Local? Findings from the 2018 Poynter Media Trust Survey*. <http://www-personal.umich.edu/~bnyhan/media-trust-report-2018.pdf> [6.1.2019]
- Jenkins, Joy; Kleis Nielsen, Rasmus (2018): *Digital News Project 2018. The Digital Transition of Local News*. Oxford: Reuters Institute.
- Kleis Nielsen, Rasmus: (2015). Introduction: the uncertain future of local journalism. In: Kleis Nielsen, Rasmus (Hrsg.), *Local journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media*. London [Springer VS LB Tauris; Co. Ltd.] 2015, S. 1-25
- Kramp, Leif: Journalism in a deeply mediatized city. A locative approach to urban reporting. In: Peja, Laura et al. (Hrsg.), *Current Perspectives on Communication and Media Research*. Bremen: edition Lumière] 2018, S. 178-201
- Leupold, Anna; Klinger, Ulrike; Jarren, Otfried: Imagining the City. In: *Journalism Studies*, 19(7), 2018, S. 960-982
- Lobigs, Frank: Wirtschaftliche Probleme des Journalismus im Internet: Verdrängungsängste und fehlende Erlösquellen. In: Nuernbergk, Christian; Neuberger, Christoph (Hrsg.), *Journalismus im Internet*. Wiesbaden [Springer Fachmedien] 2018, S. 295-334
- Möhring, Wiebke (2013): Profession mit Zukunft? Zum Entwicklungsstand des Lokaljournalismus. In: Pöttker, Horst; Vehmeier, Anke (Hrsg.), *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus*. Wiesbaden [Springer VS] 2018, S. 63-75
- Möhring, Wiebke; Keldenich, Felix: Lokaler Journalismus im Internet. Zeitungsverlage und neue Anbieter. In: Nuernbergk, Christian; Neuberger, Christoph (Hrsg.), *Journalismus im Internet*. Wiesbaden [Springer Fachmedien] 2018, S. 183-208

Neuberger, Christoph; Langenohl, Susanne; Nuernbergk, Christian (2014): *Social Media und Journalismus*. Düsseldorf: LfM.

Röper, Horst (2016): *Bericht zur Medienkonzentration 2015*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM).

Debatte:

Wissenschaftliche Diskussion nach dem Fälschungsskandal beim »Spiegel«. Passt Fiktionalität in den Journalismus?

Gunter Reus

Ja, Fiktionalität passt in den Journalismus. Entscheidend ist Transparenz

Abstract: Wenn Fiktion im Journalismus dazu dient, Leserinnen und Leser zu täuschen und in die Irre zu führen, ist das anzuprangern. Dass Fiktion generell aber im Journalismus nichts zu suchen habe, ist ein Irrglaube. Die Journalismusgeschichte ist geradezu eine Geschichte der fantasievollen Ausgestaltung und Überformung von Wirklichkeit. Es kommt allerdings darauf an, dem Publikum klarzumachen, warum und wann das geschieht.

»Die Handlung des Films beruht auf einer wahren Begebenheit.«

Das kennen wir alle aus dem Abspann im Kino. Und wir akzeptieren selbstverständlich, dass in einem fiktiven Genre Fakten gezeigt und verarbeitet werden.

Könnten wir nicht endlich auch den umgekehrten Fall akzeptieren? Dass in einem faktenbezogenen Genre wie der Reportage Fiktion zum Tragen kommt, ja kommen muss? Und könnten wir das nicht genauso selbstverständlich kennzeichnen? Etwa so:

»Diese Reportage weicht in einigen Punkten bewusst von den äußeren Fakten ab. Der Besitzer der Tankstelle hat einen anderen Namen und lebt in einer anderen Stadt. Nicht alle Überfälle haben sich an demselben Tag ereignet; die Autorin hat sie aus dramaturgischen Gründen zusammenggezogen. Einzelne Randereignisse, die der atmosphärischen Verdichtung dienen, wie das Leben im Nachtclub des Ortes, sind nachempfunden und beruhen nicht auf Augenschein, sondern auf Gesprächen mit Besuchern. An keiner Stelle ihrer Reportage jedoch hat die Autorin namentlich genannte Figuren erfunden oder in Zitate inhaltlich eingegriffen.«

So etwas wäre durchaus möglich und könnte üblich werden, wie es seit einiger Zeit ja auch üblich ist, am Ende größerer Beiträge auf Rechercestationen oder -schwierigkeiten hinzuweisen. Eine solche Kennzeichnung wäre jedenfalls red-

lich. Sie wäre auch allemal sinnvoller als der Dauerstreit um Fakten und Fiktionen im Journalismus und das Bemühen, beides strikt voneinander zu trennen – ein Bemühen, das lediglich bloßlegt, wie wenig Journalisten und die sie begleitende Wissenschaft professionelle Normen reflektieren.

Es geht nicht um die Frage: Fakt oder Fiktion

Immer schon haben Journalisten aus Geltungssucht oder der Quote wegen auch geschummelt, betrogen und Ereignisse als Wirklichkeit ausgegeben, die sich nie oder völlig anders zugetragen hatten. Nur als Spitze eines vermutlich gewaltigen Eisberges berühmt geworden sind die Fälschungen von Janet Cooke 1981 in der *Washington Post*, für die sie den Pulitzer-Preis erhielt (vgl. ras 2000). Bekannt sind auch die dreisten Inszenierungen von Michael Born für *stern tv* 1996 (vgl. Haller 2000), die fingierten Home-Stories von Jayson Blair in der *New York Times* um die Jahrtausendwende (vgl. Winkler 2003) oder die Prominenten-Interviews und -porträts, die sich Tom Kummer zur gleichen Zeit ausgedacht und in den besten Blättern untergebracht hat (vgl. Reus 2004). Journalisten, die kurzerhand erfinden, was sich gut verkauft – das ist nachgerade ein Topos in der Journalismusgeschichte, der zum Beispiel in Erich Kästners Roman *Fabian* oder in Gustav Freytags Komödie *Die Journalisten* seinen Niederschlag fand.

Jetzt also Claas Relotius und der *Spiegel*. Es steht außer Frage, dass auch seine Irreführung des Medienpublikums entschieden anzuprangern ist. Aber nicht, indem man immer wieder darauf besteht, dass schon das Ausschöpfen gestalterischer Möglichkeiten in der Reportage die Leser täusche (wie Markus Kowalski im *Interview mit Michael Haller* in der *tageszeitung* vom 7.2.2019). Es führt auch nicht weiter und aus der Täuschungsfalle heraus, wenn Kritiker jetzt wieder einmalforsch über die »Schönschreiber« im Journalismus herziehen, wie Andreas Wolfers, der Leiter der Henri-Nannen-Journalistenschule *zu Recht klagt*.¹¹

Es geht nicht um die Frage: Fakt *oder* Fiktion. Beides gehört zum Journalismus. Es geht vielmehr darum, das Medienpublikum nicht im Unklaren darüber zu lassen, wann und wo es mit dem einen und wann und wo mit dem anderen zu rechnen hat. Darauf sollten wir uns in der Debatte verständigen.

Die Journalismusgeschichte ist geradezu eine Geschichte der fantasievollen Ausgestaltung und Überformung von Wirklichkeit. In Glossen, Satiren und Feuilletons, mit denen sie Zeitgeschehen überspitzten, verzerrten oder gleich ganz erfanden, rangen »Schönschreiber« stets um das journalistische Ziel, Wirklichkeit zu erkennen, Machthaber zu kontrollieren und wenn nötig bloßzustellen. Feuilleton und Satire gehörten zu den wenigen publizistischen Möglichkeiten, der

11 Vgl. <https://www.zeit.de/2019/06/journalismus-claas-relotius-reporter-faelschungen-transparenz-glaub-wuerdigkeit> [18.2.2019]

gesellschaftlichen Wahrheit im DDR-Journalismus näherzukommen (vgl. Knobloch 2002). Tucholskys Parabeln, in denen er auf Ereignisse der Weimarer Republik reagierte, nannte der Germanist Manfred Brauneck »fingierte Immediatberichte« (Brauneck 1984, S. 593). Sogar »falsche« Interviews gehören zur ehrwürdigen Tradition der Mediengeschichte. So schrieb und editierte der Leipziger David Fassmann von 1718 bis 1739 »Gespräche in dem Reiche derer Todten« (vgl. Schmidt 1973). In seiner Monatsschrift unterhielten sich verstorbene Militärs, Fürsten, Gelehrte und auch deren Mätressen über ihre Zeit und kommentierten, moderiert von einem Secretarius, die letzten Nachrichten aus dem Reich der Lebenden. Fassmann fand viele Nachahmer. Bis tief ins 19. Jahrhundert hinein blieb der Zeitschriftentypus der Totengespräche ein journalistisches Erfolgsmodell.

Das alles waren freilich journalistische Formate, die ihr Publikum zu keinem Zeitpunkt darüber im Unklaren ließen, was sie zu erwarten hatten. Sie täuschten und sie betrogen nicht, wenn sie sich vom Faktischen abwandten und doch dem Zeitgeschehen eng verbunden waren. Damit haben wir keine Probleme. Schwieriger fällt es uns dagegen einzugestehen, dass auch jeder scheinbar nur berichtende, scheinbar nur reale Ereignisse nachzeichnende Schreibprozess sich von der faktischen Wirklichkeit löst. Wir wissen das eigentlich. Wir wissen, dass Journalismus die Wirklichkeit niemals 1:1 abbilden kann, dass er auswählen und die ausgewählten Wirklichkeitsbausteine dann wieder zusammensetzen muss. Wir sprechen selbstverständlich vom »Narrativ«, das dabei entsteht, von »Framing« und »Medienrealität«. Natürlich beruht dieser Prozess zunächst auf Empirie, auf Erkundung von Wirklichkeit. Aber in dem Moment, wo wir diese Wirklichkeit fassen und begreifen wollen, wird aus dem Abbild Interpretation, die über »Fakten, Fakten, Fakten« weit hinausgeht.

Natürlich verschweigt die Fernsehreportage eines Fußballspieles nicht den realen Spielstand. Sie verschweigt nicht, dass Spieler verletzt oder ausgewechselt wurden. Das ist die Spielstatistik. Das sind die »Fakten«. Aber lebendig als Reportage wird die Übertragung doch erst in der bewussten Auswahl aus den vielen Möglichkeiten, die sich unseren Augen und Ohren bieten, durch die Kameraführung, den Bildausschnitt, den Zoom auf Gesichter im Publikum, auf der Trainerbank, auf die Gesichter verletzter Spieler, durch die Positionierung der Außenmikrofone, durch die Stimme des Sportreporters. Sie lassen das Bild des Geschehens im Betrachter entstehen, und es ist ein anderes, ein neues und geformtes Bild. Es ist Fiktion. Das alles wissen wir.

Journalismus übersetzt Wirklichkeit in Vorstellungen von Wirklichkeit

Warum räumen wir dann nicht souveräner ein, dass sich Journalismus durch seine Verfahren stets auch der Empirie entgegenstemmt, um die es ihm doch eigentlich geht? Das ist so, weil er aus dem Wirklichkeitsmaterial zwangsläufig nur einzelne

Formen heraustreiben kann – Bilder, Töne, Sprache, die er anschließend wieder zu etwas Les-, Hör- oder Sichtbaren zusammensetzen muss. Das aber ist nie mehr so wie das Ausgangsmaterial, sondern stets imaginativ überformt.

Leicht greifbar wird das am Gestaltungsmoment der Metapher. Ohne Metaphern, also die Verdichtung von Geschehen in Sprachbildern, könnten wir weder denken noch sprechen. Ohne Metaphern können wir natürlich auch nicht schreiben. Metaphern aber übertragen das »Eigentliche« ins »Uneigentliche«, sie übersetzen Wirklichkeit in ein Bild, also in eine Vorstellung von Wirklichkeit. Sie sind uns vielfach gar nicht bewusst und auch gar nicht spektakulär (»fest verankert«), aber sie können eine Gegebenheit auch ideologisch oder euphemistisch überhöhen, neue Assoziationen hervorrufen und sich weit vom realen Geschehen entfernen (»Ankerzentren«). Metaphern finden sich in allen Textformen, auch in scheinbar nüchternen politischen Meldungen. Was sie in den Köpfen bewirken, ist kaum erforscht. Aber sie gehören zu den Bausteinen eines zwangsläufig fiktionalisierenden Journalismus.

Wenn sich Journalismus nicht auf die Faktizität von Tabellen zurückziehen will, dann muss er auch stets auf die Dramaturgie seiner Verfahren achten. Journalisten selbst sagen, dass sie »Geschichten erzählen« wollen. Und darum müssen sie in ihren Beiträgen auch so ähnlich arbeiten wie Erzähler und Romanciers. Sie müssen die Chronologie von Ereignissen aufbrechen, Passagen umstellen und neu gewichten, runden und glätten, sie bauen Wiederholungen und Leitmotive ein, sie schneiden und montieren, sie parallelisieren und kontrastieren. Das Endprodukt, der Bericht, weicht dann, auch wenn er viele Fakten enthält, von der Faktizität des Ausgangsmaterials erheblich ab. Er lädt ein, sich ein Stück Wirklichkeit vorzustellen. Dennoch kann er weiterhin ein hohes Maß an Wahrheit, an intersubjektiv ähnlich empfundener Glaubwürdigkeit enthalten.

Reportagen, die nicht entsprechend erzählerisch verfahren, sondern versuchen, aufs bloß Protokollarische zu vertrauen, können in seltenen Fällen auch einmal gelingen – in der Regel aber sind sie ungenießbar, weil voller Leerlauf. Ähnlich verhält es sich beim Interview. Jeder, der jemals den Mitschnitt eines Gesprächs abgeschrieben hat, weiß, wie ungeordnet, unklar, oberflächlich, auch widersprüchlich authentisches Sprechen ist. Auch um solch ein Gespräch lesbar zu machen, braucht es den Eingriff in die Faktizität des ursprünglich Gesagten: Redakteure müssen Passagen umstellen, kürzen, streichen, nachträglich Ergänzungen einfügen, Bezüge herstellen oder die Wortwahl verändern. Was dann »Wort für Wort« veröffentlicht wird, hat oft in seiner äußeren Gestalt mit der Abschrift des Mitschnitts nicht mehr viel zu tun.

Journalismus ohne Fiktion ist nicht möglich. Journalismus ohne Fiktion ist auch nicht nötig. Nötig und glaubwürdig ist vielmehr ein Journalismus, der klar macht, wann er Fiktion braucht und warum. Wo er verändert, eingegriffen, ergänzt, nachempfunden und sich der »logischen Phantasie« (Kisch 1983: 206)

bedient hat. Quellentransparenz ist also auch hier zu raten, kleine Gebrauchsanleitungen wie oben vorgeschlagen. Sie machen ein bisschen Arbeit, aber Täuschungen wie die von Claas Relotius sind dann nicht mehr möglich.

Über den Autor

Dr. Gunter Reus (*1950) ist apl. Professor i. R. am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Kulturjournalismus, Pressejournalismus, Journalismusforschung, Sprache und Stil der Massenmedien. Er ist verantwortlicher Redakteur der Fachzeitschrift *Publizistik*. Reus hat Germanistik, Vergleichende Literaturwissenschaft und Kunstgeschichte studiert, war von 1978 bis 1983 als DAAD-Lektor in Frankreich und hat nach einem Zeitungsvolontariat als Redakteur und freier Journalist gearbeitet. Kontakt: gunter.reus@ijk.hmtm-hannover.de

Literatur

- Brauneck, M. (Hrsg.).(1984). *Autorenlexikon deutschsprachiger Literatur des 20. Jahrhunderts*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Haller, M. (2000). Fakes. Wenn Grubenhunde bellen. In: *Message* 2(3), 68-69.
- Kisch, E. E. (1983). Wesen des Reporters. In E. E. Kisch, *Mein Leben für die Zeitung 1906-1925*. *Journalistische Texte* 1 (S. 205-208). Berlin: Aufbau.
- Knobloch, H. (2002). »Lässt sich das drucken?« *Feuilletons gegen den Strich*. Hrsg. von Gunter Reus und Jürgen Reifarth. Konstanz: UVK.
- ras (2000, 2. Juni). Der Fälscher und die frommen Jäger. Eine Branche wäscht sich weiß – zu Recht? In: *Neue Zürcher Zeitung*.
- Reus, G. (2004). Mit doppelter Zunge. Tom Kummer und der New Journalism. In J. K. Bleicher; B. Pörksen (Hrsg.), *Grenzgänger. Formen des New Journalism* (S. 249-266). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schmidt, U. (1973). Gespräche in dem Reiche derer Todten (1718-1739). In H.-D. Fischer (Hrsg.), *Deutsche Zeitschriften des 17. bis 20. Jahrhunderts* (S. 49-59). Pullach: Verlag Dokumentation.
- Winkler, W. (2003, 12. Mai). Zu gut. Fingierte Berichte beschäftigen die New York Times. *Süddeutsche Zeitung*.

Tanjev Schultz

Nein, Fiktionalität passt nicht in den Journalismus

Über den Unterschied von fiktionalem und faktuellem Erzählen

Abstract: Die Frage »Fakt oder Fiktion« ist für den Journalismus keineswegs obsolet. Sie ist sogar zentral. Der Beitrag betont die Bedeutung eines faktualen Erzählens, das sich streng an Standards von Authentizität und Wahrheitsorientierung hält. An Beispielen zeigt der Beitrag, was dies für die journalistische Praxis bedeutet, vor allem für die Reportage, die als Darstellungsform nach dem Fälschungsskandal beim *Spiegel* in Rechtfertigungsnöte geraten ist.

Fiktion hat im Journalismus in der Regel nichts zu suchen. Auch wenn Reportagen dramaturgisch raffiniert sein können und Porträts gut erzählt: Journalisten sind keine Dichter. Sie setzen ihrer Fantasie Grenzen. Sie komponieren, schneiden, montieren Texte, Szenen und Beiträge, aber sie bleiben faktuale Erzähler. Hoffentlich.

Wenn, wie im Fall Relotius, die Grenzen zwischen Fakten und Fiktionen eingerissen werden, gilt dies zu Recht als Skandal. Er zeigt, dass vom Journalismus etwas anderes erwartet wird als von einem Roman. Schönschreiber im Journalismus produzieren gut lesbare journalistische Texte, nicht etwa schöne Literatur. Die angemessene Reaktion auf Fälschungen wie im Fall Relotius ist nicht, die Unterschiede nun auch theoretisch zu verwischen und so zu tun, als sei Fiktion im Journalismus geradezu unumgänglich. Der aufklärerische Effekt aus konstruktivistischen und erzähltheoretischen Diskursen, mit denen naive Verständnisse von Objektivität und (Medien-) Realität überwunden werden, kann in einen gefährlichen Relativismus umschlagen. Was ist schon wahr, was ist schon objektiv? Was sind schon Fakten? Es ist ja alles doch nur eine Erzählung. . .

Glücklicherweise erwarten viele Menschen weiterhin vom Journalismus, korrekt informiert zu werden – auch von Reportagen, deren subjektive Perspektive mitnichten ein Freibrief für Erfindungen oder Fälschungen ist. Die Reportage ist eine tatsachenorientierte Darstellungsform. Oder in den Worten Kurt Reumanns: Sie ist

»ein tatsachenbetonter, aber persönlich gefärbter Erlebnisbericht« (Reumann 2009: 150). Neben den äußeren Fakten geht es Reportagen um das (Mit-)Erleben, um Emotionen und um seelische Vorgänge – diese müssen aber wahrhaftig wiedergegeben und als innere Tatsachen behandelt werden. Sie zu erdichten, wäre verwerflich.

Fälscher wie Relotius fliegen auf, weil sich beispielsweise herausstellt, dass eine im Text zitierte Person gar nicht existiert. Doch auch Innenwelten können gefälscht und leider kaum überprüft werden: Erzählt ein Autor, wie eine Situation ihn oder andere frösteln ließ, obwohl weder er selbst noch andere tatsächlich fröstelten, so wird ein Erleben vorgegaukelt, das so nicht stattgefunden hat. Im Journalismus darf das nicht sein. Zu befürchten ist, dass in Reportagen oft Eindrücke und Emotionen ersonnen werden, die es nicht gab. Oder dass sie zugunsten der Dramatik übertrieben werden. Das Problem kann bereits beim Schildern eines Verhaltens beginnen, das qualifiziert wird. Jemand spricht etwas lauter – und schon heißt es, er »brüllt«. Ein Mensch denkt kurz nach – und schon heißt es, er »grübelt«. Klingt dramatischer, klingt interessanter. Aber stimmt es überhaupt? Stimmt es nicht, sollte ein Journalist es nicht schreiben.

Keine Rechtfertigung, lax zu sein

Dass jedes Erzählen, auch faktuales Erzählen (vgl. Renner/Schupp 2017), notwendigerweise eine Auswahl trifft, eine Anordnung vornimmt und auf Deutungen baut (wann beginnt das Brüllen, wann das Grübeln?), dass es also keine »reine« Wirklichkeit abbildet, darf keine Rechtfertigung dafür sein, lax zu werden bei der Wiedergabe von Ereignissen und Erlebnissen. Die Funktion und die Glaubwürdigkeit des Journalismus hängen an der Authentizität und Wahrheitsorientierung – auch in erzählenden Darstellungsformen.

Eine getreue Wiedergabe ist übrigens nicht unbedingt weniger packend und schillernd als eine manipulierte. Die Reporterin Carmen Butta hat dazu einmal bemerkt: »Um das Unkonventionelle, das Überraschende zu finden, muss ich eine Situation wieder und wieder im Geiste durchspielen. Und immer lockt dabei die Versuchung, dieses mühselige Entkernen abzubrechen und ein wenig zu tünchen. Wie oft hat der Hirte oder die Polizistin gerade nicht das gesagt, was eigentlich zum Charakter und zur Geschichte so wunderbar gepasst hätte. Doch (...) halte ich mich penibel an das Erlebte, ohne der Versuchung zu verfallen, auch nur ein Detail (Handbewegung, Füllwort oder Gesichtsausdruck) zu inszenieren (sprich: zu fälschen), dann verblüfft mich jedes Mal am Ende, im sinnlichen Moment des Feilens, wie die getreu wiedergegebene Situation spannender, stimmiger und dramatischer ist als jede manipulierte Sequenz« (zit. nach Wolff 2011: 171).

So widerspreche ich vehement der These, die Gunter Reus in dieser Ausgabe der *Journalistik* vertritt (Reus 2019). Es geht sehr wohl um die Frage »Fakt oder Fiktion«.

Reus hat natürlich Recht, wenn er auf Glossen, Satiren und Feuilletons verweist, in denen traditionell eine »phantasievolle Ausgestaltung und Überformung der Wirklichkeit« seinen Platz hat. Doch das sind spezielle Darstellungsformen, bei denen das Publikum, wie Reus selbst hervorhebt, den Status der Aussagen einschätzen kann. Selbstverständlich darf ein Kolumnist wie Axel Hacke seinen Kühlschrank – den berühmten »Bosch« – zum Leben erwecken und sprechen lassen, und selbstverständlich darf im »Streiflicht« oder von Hans Zippert (»Zippert zappt«) in einer Glosse mächtig herumgesponnen werden. In solchen ludischen Formen des Journalismus (vgl. Peters/Schultz/Wimmel 2007: 223f.) werden die Grenzen zur fiktionalen Literatur ausnahmsweise und unverkennbar überschritten. In jüngster Zeit mag es zudem immer mehr Hybridformate geben, wie Nachrichtenshows (*heute-Show* u.a.) und satirisch-politische Talk-Formate (vgl. Lünenborg 2017).

Selbst in solchen ludischen und hybriden Formaten gibt es freilich Grenzen: Das »Streiflicht« zum Beispiel enthält meist einen aktuellen Nachrichten Kern, und wenn dort ein Zitat, der Befund einer Studie oder ein anderes Faktum, unabhängig von erlaubten satirischen Bearbeitungen, als Ausgangsmaterial falsch dargestellt wird, so gilt dies als mindestens fehlerhaft und unsauber.

In allen anderen journalistischen Darstellungsformen, auch in Reportagen, sollte das Publikum damit rechnen dürfen, dass man ihm keine Fiktion serviert. Das gilt gleichermaßen, wenn Literaten journalistische Reportagen schreiben (so wie es umgekehrt Journalisten gibt, die Romane schreiben; sie wechseln zwischen zwei Rollen).

Metaphern sind erlaubt, und ich stimme Reus zu, dass sie die Wirklichkeit in ein Bild übersetzen. Doch anders als beim fiktionalen Erzählen muss es im faktualen Erzählen den Bezug auf eine solide Tatsachengrundlage geben. Der Literat darf sich interessante, schöne, reizvolle Metaphern aussuchen und seine erzählte Welt danach gestalten. Der Journalist hingegen muss die zur Tatsachengrundlage passende Metapher finden; auch sie darf oder sollte interessant, schön, reizvoll sein – entscheidend bleibt jedoch der Bezug zur Wirklichkeit.

Zweifellos können Reportagen Stilmittel einsetzen, wie sie die Literatur verwendet, und dadurch eine literarische Anmutung bekommen. Manche sprechen in dem Zusammenhang von »literarischem Journalismus« (Eberwein 2013), und bekanntermaßen gab und gibt es Bewegungen wie den »New Journalism« oder den »Gonzo-Journalismus«, die bewusst die Barrieren zwischen Literatur und Journalismus überwinden wollten. Verwischen sie dabei die Grenzen zwischen Fakten und Fiktion und ersetzen sie den Wirklichkeitsbezug durch Poesie, ist das allerdings ein Problem.

Nun zucken zwar viele, wenn sie Wörter wie »Wirklichkeit« oder »Wahrheit« hören, und hinter der Frage, welchen Zugang der Journalismus zur (sozialen) Welt hat, verbergen sich komplexe erkenntnistheoretische Themen. Es wäre allerdings falsch und fatal, daraus den Schluss zu ziehen, es gäbe keine Unter-

schiede zwischen Fakten und Fiktionen und journalistische Beiträge wären in gleichem Maße kreative Schöpfungen wie literarische Beiträge. Das sind sie nicht. Das Gestalten eines journalistischen Textes muss sich an bestimmte Regeln und Grenzen halten, selbst und gerade dann, wenn eingeräumt wird, dass eine völlig neutrale, objektive Beobachterrolle nicht möglich und (zumal in Reportagen) gar nicht unbedingt wünschenswert ist.

Menschen tragen Kleidung, frisieren die Haare, stechen sich Tattoos. Man könnte sagen: Sie gestalten ihre Körper. Aber würde man deshalb behaupten, dass jede Form der genetischen Manipulation in Ordnung ist und erlaubt sein muss? Gewiss nicht. – Journalisten gestalten ihre Beiträge. Aber würde man deshalb sagen, dass jede Form der inhaltlichen Manipulation in Ordnung ist und erlaubt sein muss? Gewiss nicht. Im Gestalten gibt es wichtige Unterschiede im Ausmaß und in der Qualität.

Auch Gunter Reus hat ja keine Verteidigungsschrift für journalistische Hochstapler verfasst. Ihm geht es vor allem um Transparenz für das Publikum. Dieses Ansinnen teile ich, nur gehe ich von anderen Voraussetzungen aus. Reus' Argumentation verstehe ich so: Ein striktes Trennen von Fakten und Fiktionen sei ohnehin nicht möglich, darum sei es wichtig, die journalistische Produktion offenzulegen und die Rezipienten über gestalterische Eingriffe aufzuklären. Ich sehe es dagegen so: Fakten und Fiktionen sind prinzipiell sehr wohl unterscheidbar, und der Antrieb, sich auf Tatsachen zu beziehen (und nicht auf Fiktionales), ist für journalistisches Arbeiten konstitutiv. Die Leser, Hörer, Zuschauer müssen bei journalistischen Beiträgen davon ausgehen können, dass es sich nicht um fiktionale Darstellungen handelt. Da, wo auch für ein verständiges Publikum ein irreführender Eindruck entstehen kann, sollten gestalterische Eingriffe und die journalistische Methode unbedingt transparent gemacht und erklärt werden.

Regeln für die Praxis

Eine allgemeine Kennzeichnung, wie sie Reus vorschlägt, könnte allerdings dazu (ver-)führen, dass Journalisten sich immer mehr fragwürdige Freiheiten herausnehmen. Auch Reus wäre damit gewiss nicht einverstanden, denn es ist bestimmt kein Zufall, dass es in seinem Beispiel für eine Generalklausel heißt: »An keiner Stelle ihrer Reportage jedoch hat die Autorin namentlich genannte Figuren erfunden oder in Zitate inhaltlich eingegriffen« (Reus 2019). Dass solche Eingriffe oder Erfindungen im Journalismus grundsätzlich nicht erlaubt sind, ist nur scheinbar trivial. Es ist essenziell. Und es markiert einen zentralen Unterschied zu fiktionalen Darstellungen.

Am besten, wir schauen nun noch etwas konkreter, was in journalistischen Beiträgen erlaubt oder tabu sein sollte. Die folgende Aufstellung ist keineswegs und nicht einmal ansatzweise vollständig, sie dient nur der Illustration, was es bedeutet, faktuales vom fiktionalen Erzählen zu trennen.

Zitate: Steht im Text ein Zitat, darf es keine Erfindung sein. Es muss so gefallen sein. Behutsame Glättungen sind erlaubt, aber keine inhaltlichen Änderungen. Und gerade bei Reportagen kommt es auf die Authentizität des gesprochenen Wortes an. Wenn jemand »Au weia« gesagt hat, darf der Journalist nicht einfach »Herrjemine« daraus machen, obwohl das inhaltlich wenig oder nichts ändert. Denn es geht bei Reportagen auch um den Stil und das Auftreten der Menschen, um ihre Vorlieben und Marotten. Jeder, der schon einmal von Journalisten ein Wort in den Mund gelegt bekommen hat, das er nie verwenden würde, weiß um die Bedeutung dieser Regel. Das Redigieren und Autorisieren von Wortlautinterviews ist eine Geschichte für sich, in Reportagen haben gestellte Formulierungen, die gar nicht in der Szene, sondern später am Schreibtisch eines Pressereferenten entstanden sind, nichts verloren – jedenfalls dann nicht, wenn sie in eine Szene hineinmontiert werden, als würde die Person dies so in der Situation geäußert haben. Ich halte das für unredlich und falsch.

Personen und Orte: Die Menschen und Orte in einem journalistischen Beitrag müssen real sein. Aus Gründen des Quellen- und Persönlichkeitsschutzes ist es unter Umständen erlaubt, durch Anonymität oder Alias-Namen eine Identifikation zu verhindern und womöglich auch den realen Ort des Geschehens zu verschleiern; in solchen Fällen muss diese Methode aber unbedingt dem Publikum mitgeteilt und plausibel gemacht werden. Das Erfinden einer Person oder auch das Zusammenziehen mehrerer Personen zu einer einzigen Figur – eine Praxis, die früher in manchen Reportagen und Reportage-Kursen als statthaft galt – halte ich für höchst problematisch. So arbeiten Schriftsteller und Drehbuchautoren, die komplexe (zeit-)geschichtliche Stoffe auf eine gefällige filmische oder literarische Inszenierung reduzieren wollen und Faktisches und Fiktionales bewusst mischen. Das mag seinen eigenen Wert und Sinn haben. Journalismus ist es nicht.

Zeitliche Abfolgen: Unweigerlich ordnen journalistische Beiträge ihr Material in bestimmter Weise, und sie durchbrechen in der Regel auch die Chronologie der Ereignisse. Das bedeutet allerdings nicht, dass sie die Abläufe nach Belieben auf den Kopf stellen dürften. Sitzt ein Politiker abends nach einem Auftritt erschöpft im Zug, lockert seine Krawatte und legt die Füße auf den Sitz, dann wäre es verfälschend, diese Szene zu beschreiben, aber so zu tun, als sei dies bereits auf der *Hinfahrt* zu dem Termin passiert, als der Politiker in Wahrheit eher steif auf dem Sitz saß. Und wenn es, in Reus' Beispiel, mehrere Überfälle an unterschiedlichen Tagen gab, sollte nicht so getan werden, als seien sie alle an einem Tag verübt worden. Manchmal sind zeitliche Abfolgen inhaltlich nicht relevant, oft aber schon – und der Journalist darf hier auf gar keinen Fall das dramaturgisch Wünschenswerte über das inhaltlich Relevante und Korrekte stellen.

Inneres und Äußeres: Literaten können sich für ihre Figuren innere Monologe ausdenken, Journalisten dürfen das nicht. Sie können den Menschen nicht in den

Kopf sehen. Sie dürfen, jedenfalls in Reportagen, ihre Eindrücke festhalten und sich daher gegebenenfalls auch dazu einlassen, was andere wohl gedacht oder gefühlt haben. Sie können dies mit Beobachtungen, Selbstauskünften und Meinungen Dritter stützen. Aber Journalisten sollten nicht so tun, als seien sie auktoriale Erzähler, die alles über die Figuren wissen. Wie Literaten dürfen Journalisten aber durchaus die äußere Welt in einem symbolischen, allegorischen Sinne beschreiben. Der Klassiker sind Naturschauspiele, die eine bestimmte Atmosphäre erzeugen und für bestimmte soziale oder innere Entwicklungen stehen sollen: das Gewitter, das aufzieht, als gerade der Koalitionskrach im Konferenzraum eskaliert. Doch auch hier gilt: Es muss halt stimmen. Und das nicht nur so halb. Zieht das Gewitter schon Stunden früher oder erst Stunden später auf, ist es nicht korrekt zu suggerieren, die Ereignisse seien parallel verlaufen.

Szenische Rekonstruktion: Grundsätzlich spricht nichts dagegen, Situationen lebendig zu schildern, bei denen der Journalist nicht selbst zugegen war, zum Beispiel weil es historische Ereignisse sind. Entscheidend ist, dass einem verständigen Publikum aus dem Kontext heraus oder durch einen entsprechenden Hinweis klar ist, dass der Journalist kein Augenzeuge war. Und natürlich muss die Quellenlage gut genug für eine szenische Rekonstruktion sein, die übliche Vorsicht und Sorgfalt sind zu beachten im Umgang mit dem Material und den Aussagen anderer Personen. Im berühmten Fall des Eisenbahnkellers von Horst Seehofer in einem Porträt des *Spiegel*-Journalisten René Pfister stimmten die Fakten. Der Journalist schrieb über Seehofers Spielzeugbahn, ohne selbst in dem Keller gewesen zu sein – das jedoch glaubte im Jahr 2011 die Jury des Henri-Nannen-Preises. Sie fühlte sich getäuscht, als herauskam, dass Pfisters Schilderung nicht auf eigener Anschauung beruhte. Der Eklat hing nicht zuletzt damit zusammen, dass das Porträt in der Kategorie »Reportage« prämiert wurde und die Jury deshalb unterstellte, der szenische Einstieg fußte auf selbst Erlebtem. Zwar behauptete das der Text gar nicht, er verschwieg allerdings die Quellenlage. Hier zeigte sich, wie wichtig es ist, Transparenz herzustellen. Dafür reicht oft schon ein Nebensatz an geeigneter Stelle im Beitrag.

Mehr oder weniger objektiv

Niemand kann seinen eigenen (sozialen, historischen etc.) Standpunkt einfach aufgeben, auch Journalisten können das nicht. Sie sehen die Dinge aus einer bestimmten Perspektive. Die Journalismusforschung kennt dafür unzählige Modelle und Belege. Das ändert jedoch nichts daran, dass das Geschäft des Journalismus nicht die Fiktion ist und dass er akzeptierte Standards für die Güte von Behauptungen benötigt (vgl. Neuberger 2017: 418f.). Das hat er mit der Wissenschaft gemein. Auch dieser ist ein allzu naiver Glaube an die eigene Wahrheitsorientierung zwar längst ausgetrieben worden. Doch ändert das nichts am

Anspruch und nichts an der Möglichkeit, sich bestimmten Idealen anzunähern. Nehmen wir die Geschichtswissenschaft. Auch sie produziert Erzählungen. Wie im Journalismus müssen es faktuale Erzählungen sein, keine fiktionalen. Historiker erschließen sich die Vergangenheit und können dabei ihre Gegenwart nicht einfach abschütteln. Aber natürlich fantasieren sie nicht frei vor sich hin, sie halten sich an die Regeln ihrer Disziplin. Auch sie würden es nicht akzeptieren, die Grenzen zwischen Fakten und Fiktionen zu schleifen.

Rudolf Augsteins Motto, den der *Spiegel* im Zuge der Relotius-Affäre auf den Titel gehoben hat, lautet: »Sagen, was ist«. Das mögen manche für naiv oder großspurig halten. Als Anspruch und als regulative Idee ist es aber weder falsch noch überholt. Dem Historiker Thomas Nipperdey verdanken wir eine kluge Verteidigung eines solchen Anspruchs, in seinem Fall gemünzt auf die Geschichtswissenschaft und Leopold von Ranke's Diktum, er wolle »bloß zeigen, wie es eigentlich gewesen ist« (Nipperdey 2013: 62). Eine schlichte Reproduktion der Vergangenheit könne es zwar nicht geben, aber die Wissenschaft konstruiere auch nicht einfach die Geschichte: »Die empirische Tatsache, dass die Historiker nicht objektiv sind, bedeutet nicht, dass die Geltung dieser Norm außer Kraft gesetzt wird« (ebd.: 73).

Historiker überprüfen Quellen, sie bemühen sich darum, eine Vielfalt an Perspektiven zu erschließen und sich von eigenen Voreingenommenheiten zu lösen. Als Wissenschaftler setzen sie sich der Kontrolle und Kritik der *scientific community* aus (wie Journalisten der Öffentlichkeit). Solche Methoden und Mechanismen stellen sicher, dass Wissenschaftler (respektive Journalisten) sich an den Tatsachen entlang der Wirklichkeit nähern. Nipperdey spricht von »mehr oder weniger Objektivität« (ebd.: 81).

Die zulässige Subjektivität der journalistischen Reportage bezieht sich auf die Möglichkeit, eigenes Erleben und eigene Eindrücke zu schildern und Stimmungen wiederzugeben. Diese müssen authentisch sein. Die Subjektivität der Reportage bleibt tatsachenorientiert. Sie zielt auf die Objektivität und das Zusammenwirken äußerer und innerer Tatsachen. Damit erfüllt die Reportage eine wichtige Funktion in der öffentlichen Kommunikation. Denn was für eine Lücke würde sich auftun, wenn es nur nüchterne Nachrichtenberichte auf der einen Seite und lebendige Fantasieprodukte auf der anderen Seite gäbe! Wir erfahren, jenseits unseres Nahraums, wenig Authentisches über die soziale Welt und das Erleben der anderen.

Es ist schon jetzt ein Problem, dass wir einer Übermacht fiktionaler (Bilder-)Welten ausgesetzt sind, die den Blick auf die Wirklichkeit prägen und sich dabei sehr frei und fantasie reich aus realen Begebenheiten bedienen, die sie ihrer dramaturgischen Logik unterwerfen. Journalismus funktioniert anders, Journalismus muss anders funktionieren. Er setzt der Fantasie Grenzen, er hält sich fern von Fiktion. Sonst ist der Journalismus verloren.

Über den Autor

Dr. Tanjev Schultz (*1974) ist seit 2016 Professor für Journalismus am Institut für Publizistik und am Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Zuvor war er mehr als zehn Jahre lang Redakteur der *Süddeutschen Zeitung* und schrieb dort u.a. etliche Reportagen. Seine journalistischen Texte wurden mit mehreren Preisen ausgezeichnet, 2018 gehörte Schultz zu den vom Medium Magazin gekürten »Journalisten des Jahres«. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören der investigative Journalismus, journalistische Darstellungsformen und die Demokratietheorie. Er hat Philosophie, Psychologie, Kommunikationswissenschaft und Germanistik in Berlin, Hagen und Bloomington (USA) studiert und an der Universität Bremen in Politikwissenschaft promoviert. Kontakt: tanjev.schultz@uni-mainz.de

Literatur

- Eberwein, Tobias (2013): *Literarischer Journalismus. Theorie – Traditionen – Gegenwart*. Köln: Herbert von Halem.
- Lünenborg, Margreth (2017): Von Mediengattungen zu kontingenten Hybriden. Konstruktivistische und performativitätstheoretische Perspektiven für die Journalistik. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65 (2), S. 367-384.
- Neuberger, Christoph, Thomas (2017): Journalistische Objektivität. Vorschlag für einen pragmatischen Theorierahmen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65 (2), S. 406-431.
- Nipperdey, Thomas (2013): *Kann Geschichte objektiv sein? Historische Essays*. München: C.H. Beck.
- Peters, Bernhard; Schultz, Tanjev & Wimmel, Andreas (2007): Publizistische Beiträge zu einer diskursiven Öffentlichkeit. In: Bernhard Peters, *Der Sinn von Öffentlichkeit* (hrsg. von Hartmut Weßler, mit einem Vorwort von Jürgen Habermas), S. 203-247, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Reumann, Kurt (2009): Journalistische Darstellungsformen. In Elisabeth Noelle-Neumann; Winfried Schulz; Jürgen Wilke (Hrsg.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (S. 129-167). Frankfurt/M.: Fischer.
- Renner, Karl N.; Schupp, Katja (2017): Journalismus. In: Martínez, Matías (Hrsg.): *Erzählen. Ein interdisziplinäres Handbuch* (S. 122-132). Stuttgart, J.B. Metzler.
- Wolff, Volker (2011): *Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus*. 2., überarb. Auflage. Konstanz: UVK

Rezensionen

Berit von der Lippe, Rune Ottosen (Hrsg.): *Gendering War and Peace Reporting. Some Insights – Some Missing Links*. Göteborg [Nordicom] 2016, 278 Seiten, 32 Euro

Rezensiert von Julia Lönnendonker

Die Medienlandschaft verändert sich tagtäglich. Digitalisierung und technologische Innovationen treiben diese Veränderungen wesentlich an. Damit wandeln sich auch die Rahmenbedingungen, unter denen Journalismus in Redaktionen entsteht. Die Medienhäuser ebenso wie die journalistischen Redaktionen müssen mit diesem steten Wandel und dem Risiko, der Unsicherheit und der Ungewissheit, die mit Zukunfts-Entscheidungen verbunden sind, umgehen. Aber wie? Durch planvolles Handeln und mit Hilfe redaktioneller Strategien, wie Lars Rinsdorf in seinem Buch *Redaktionelle Strategien entwickeln* vielschichtig ausführt. Zeitgemäße Strategiewerkarbeit sei, so hebt er mehrfach hervor, in Hyperwettbewerben »unter hoher Ungewissheit wichtiger denn je« (10; vgl. z.B. auch 37). Zugleich stuft er »ein traditionelles Strategieverständnis« als »anachronistisch« (10) ein.

Rinsdorf lehrt Journalistik an der Hochschule der Medien in Stuttgart und leitet dort den Studiengang Crossmedia-Redaktion/Public Relations. Mit seinem Lehrbuch verfolgt er das Ziel, »Studierenden vielfältige Eindrücke von Strategiewerkarbeit zu vermitteln« (5). Um es vorwegzunehmen: Dies gelingt ihm auch. Aber der Reihe nach.

Das Buch ist in zwei Abschnitte geteilt. Im ersten Abschnitt zeigt Rinsdorf zum einen aktuelle Bedingungen von Journalismus auf. Zum anderen definiert er den Begriff Strategie und grenzt ihn ab vom Strategieprozess, aus dem Strategien hervorgehen, und erläutert »strategische Fitness«. Bei seiner Definitionsarbeit rekurriert er unter anderem auf Giddens Strukturierungstheorie und Schimanks Verständnis von Strukturen, Akteuren und deren Handeln. In Anlehnung an Ortman definiert er Strategien als »Set von Regeln und Ressourcen« (11) einer Organisation, so dass kurzfristig Antworten auf strategische Fragen gegeben werden können.

Im zweiten Abschnitt steht der redaktionelle Strategieprozess im Fokus. Rinsdorf präsentiert anhand eines idealtypischen Prozesses, wie redaktionelle Strategiewerkarbeit aussehen und eine journalistische Organisation davon profitieren kann.

Als charakteristische Kennzeichen redaktioneller Strategieprozesse arbeitet er die Eigenschaften induktiv, reflexiv und kommunikativ sowie performativ, evaluativ, zyklisch, reversibel und sensitiv heraus (vgl. 59ff.). An Beispielen veranschaulicht und gut nachvollziehbar adaptiert Rinsdorf dabei immer wieder Prinzipien qualitativer Sozialforschung, inklusive Verweisen auf einschlägige Literatur (vgl. z. B. 58ff., 79, 99ff.). Zudem beschreibt der Autor verschiedene Phasen redaktioneller Strategieprozesse: von der Initiierung und aktiven Steuerung von Strategieprozessen über eine breite Analyse, handlungsleitende Szenarien und Handlungsalternativen bis hin zur Auswahl und Umsetzung von Handlungsmöglichkeiten mit Blick auf Wertschöpfung und Geschäftsmodelle.

Auffallend ist, dass Rinsdorf mehrfach betont, wie wichtig es im Strategieprozess und bei der Einführung von Neuerungen – seien es Produkte oder Strukturen – ist, die Mitarbeiter des eigenen Unternehmens bzw. der eigenen Redaktion einzubinden. Schon bei der Zusammenstellung des Teams, das sich um die Strategien kümmert, sollte darauf geachtet werden, Akteure aus allen Hierarchieebenen, mit unterschiedlichen Kompetenzprofilen, ressortübergreifend und interdisziplinär über prozessrelevante und ergebnisrelevante Rollen einzubinden (vgl. 45, 76, 137ff., 148). Eine maximale Varianz sei anzustreben (vgl. 79), ein Umsetzungsnetzwerk zu schaffen, das Änderungen aus eigenem Antrieb voran bringt (vgl. 148).

Schaut man sich aktuelle Befunde des gerade erst veröffentlichten Digital News Projects 2018 »Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018« des Reuters Instituts für Journalismusstudien der Universität von Oxford an, für die 196 Führungskräfte der Medienbranche aus 29 Ländern befragt worden sind, so ist diese Hervorhebung absolut berechtigt. Ein zentrales Ergebnis unterstreicht die Bedeutung der Einbindung der eigenen Mitarbeiter in Strategieprozesse für deren Erfolg: »The biggest barriers to success, they say, are not tech platforms but internal factors (36%) such as resistance to change and inability to innovate.« (Newman 2018: 5; vgl. auch 47).

Zu den weiteren Stärken des Buches zählt die äußere Gliederung: Rinsdorf stellt jedem Kapitel ein kurzes Abstract voran und endet jeweils mit zum Teil persönlich formulierten Lesetipps. Ein toller Service für alle Leser. Die 16 Abbildungen dienen der Anschaulichkeit; ein Abbildungsverzeichnis wäre noch nützlich gewesen. Die Sprache an sich ist angemessen, wenngleich viele Fachausdrücke und Fremdwörter verwendet werden, von denen Studierende wohl einige nachschlagen müssen. Der Autor formuliert varianten- und abwechslungsreich, liefert Beispiele nicht nur aus Journalismus und redaktioneller Arbeit und erschafft Szenarien, in die sich der Leser hineinversetzen kann. Auf diese Weise verhilft er seinem Text zu Verständlichkeit.

Die Wiederholung von bereits Geschriebenem in Rückbezügen oder die Vorwegnahme von Künftigem sowie die Überleitung von Kapiteln beabsichtigt wohl

ebenfalls, die Verständlichkeit zu erhöhen. Die Redundanzen erweisen sich jedoch an mancher Stelle als zu viel des Guten. Im Gegensatz dazu wäre eine Zusammenfassung im letzten Kapitel wünschenswert gewesen, denn es endet abrupt.

Um den Charakter des Buches als Lehrbuch zu stärken, wäre es bei einer erneuten Auflage überlegenswert, am Ende eines jeden Kapitels rekapitulierende Fragen zu stellen, damit Studierende den eigenen Lese- und Lernerfolg selbst testen können. Diese Fragen könnte man in einem Kapitel am Ende des Buches auflösen.

Dafür, dass das Buch als Lehrbuch konzipiert wurde, ist es alles in allem sehr anspruchsvoll geworden. Nicht nur die Vielfalt der Hinweise, wie man an Strategieentwicklung herangehen und was man dabei alles berücksichtigen kann, ist herausfordernd. Die Lektüre erfordert insgesamt – im positiven Sinne – harte Arbeit. Um es mit den Worten meiner Bamberger Kollegin Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair zu sagen: Im Studium geht es ja auch darum, seine »Denkwerkzeuge« zu benutzen.

Zum praktischen Nutzwert: Das Buch bietet mannigfache Anregungen für die praktische Strategiearbeit in Redaktionen. Aber jede Redaktion muss ihren eigenen Weg finden. Rinsdorf stellt dafür zahlreiche Wegweiser auf. Und verweist zum Schluss auf zwei Erfolgsfaktoren, die »sich allerdings nicht aus Büchern lernen [lassen]: der Mut, Veränderungen anzugehen, und die Hartnäckigkeit, sie in hierarchischen Strukturen durchzusetzen«.

Literatur

Newman, Nic (2018): *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018. Digital News Projects 2018*. Online abrufbar unter: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2018> [10.01.2018]

Über die Rezensentin

Dr. Kristina Wied vertritt seit Januar 2017 die Professur für Print- und Onlinejournalismus am Institut für Journalistik der Universität der Bundeswehr München. Sie ist Akademische Oberrätin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Zu ihren Schwerpunkten in der Forschung gehören Journalismusforschung (Medieninhalte, Redaktionsforschung), visueller Journalismus (insbesondere Fotos und Bewegtbild), PR-Forschung (Inhalte auch Online/neuer Medien), politische Kommunikation (vor allem Wahlberichterstattung) und Rundfunkgeschichte (insbesondere TV).

Links

Sie finden diese Rezension online unter <http://journalistik.online/ausgabe-1-2019/lars-rinsdorf-redaktionelle-strategien-entwicykeln/>. Diese Rezension ist zuerst in *rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m)* erschienen.

Hans Mathias Kepplinger: *Totschweigen und Skandalisieren. Was Journalisten über ihre eigenen Fehler denken* (edition medienpraxis, 15). Köln [Herbert von Halem] 2017, 232 Seiten, 21 Euro

Rezensiert von Guido Keel

Journalisten machen Fehler – wie alle anderen Berufsleute auch. Für den langgedienten Mainzer Kommunikationswissenschaftler Hans Mathias Kepplinger haben diese Fehler aber eine größere Relevanz: Er sieht sie im direkten Zusammenhang mit dem Vertrauensverlust in die Medien. Daraus resultiert ein Problem für die demokratische Gesellschaft, die darauf angewiesen ist, dass die Bürgerinnen und Bürger den Medien vertrauen.

Es sind deshalb die Journalisten selbst, die für diese Entwicklung mitverantwortlich sind. Denn, so Kepplinger, Journalisten haben sich inzwischen so weit von der Gesellschaft entfremdet (vgl. 173), dass sie in ihrer Wahrnehmung als gemeinwohlorientierte Aufklärer über dem Rest der Gesellschaft stehen. Sie denken, es besser zu wissen als andere (vgl. 171). Dabei wenden sie insbesondere zwei problematische Praktiken an: Sie skandalisieren an sich unproblematische Ereignisse, und sie verschweigen Fakten, die einen Umstand erklären oder zu einer alternativen Schlussfolgerung führen könnten. Außerdem haben sie blinde Flecken, wenn es um die Thematisierung (eigener) journalistischer Fehlleistungen geht (vgl. 113, 140ff.).

Soweit die Annahmen, denen er in seinem Buch nachgeht. Kepplinger nimmt mit dieser Analyse eine klare Haltung ein. Er untersucht nicht, ob Fehler passieren, sondern er geht davon aus, dass Journalisten Fehler machen und will wissen, weshalb dem so ist. Und er findet seine Thesen in den Fallbeispielen weitgehend bestätigt. Damit macht Kepplinger ein Stück weit genau das, was er den Journalisten vorwirft. Aber dazu später mehr.

Ausgangspunkt der Untersuchung ist die Feststellung, dass die Medien in Deutschland in einer Legitimationskrise stecken (vgl. 10f.). Die Kritik an den Medien durch Wissenschaft, Publikum und Praxis ist vielfältig. Diesen Glaubwürdigkeitsverlust der Medien haben schon andere Autoren ausführlich beschrieben, zum Beispiel Uwe Krüger in seinem Buch *Mainstream*. Aber wie andere vor ihm muss auch Kepplinger eingestehen, dass das grundsätzliche Vertrauen in die Medien in Deutschland relativ stabil ist (vgl. 22). Und wenn es um die konkrete Beurteilung der gegenwärtigen journalistischen Qualität geht, beruhen die Einschätzungen des Autors auf Daten zwischen 1964 und 1995.

Zudem konstatiert Kepplinger eine Machtzunahme der Medien und damit zusammenhängend einen Missbrauch dieser Macht – dies, obwohl im öffentlichen Diskurs ein allgemeiner Bedeutungsverlust der Medien beklagt wird.

Ursachen für diese wachsenden Einflussmöglichkeiten sieht Kepplinger in einem Ausbau der rechtlichen Privilegierung der Medien, der Zunahme an Reichweite insbesondere des Fernsehens und in den »im Laufe der Jahrzehnte verringerten Möglichkeiten der Politiker zu eigenständigen und direkten Publikumsansprachen« (31) – alles Argumente, die im Zeitalter von Facebook-Wahlkampagnen und twitternden Staatsoberhäuptern zumindest fragwürdig sind.

Weiter sieht Kepplinger ein verändertes Rollenverständnis der Journalisten als Ursache (vgl. 34ff.): Journalisten sähen sich vermehrt in einer aktiven Rolle, in der sie Informationen, die ihrer Sicht auf die Dinge entsprechen, in der Vordergrund rückten. Diese Annahme widerspricht den regelmäßigen Befragungen deutscher Journalisten, die immer wieder feststellen, dass diese die Rolle des neutralen Vermittlers, der die Dinge so berichtet, wie sie sind, mit Abstand am häufigsten als wichtigste Rolle erachten – weit wichtiger als Rollen, die zum Ziel haben, die politische Tagesordnung zu bestimmen oder die öffentliche Meinung zu beeinflussen (vgl. z.B. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 102-110). Kepplinger stellt so einen »Machtmissbrauch« (39) der Journalisten fest, und er lässt die Frage im Raum stehen, ob die Journalisten eine moralische Verantwortung für unbeabsichtigte Nebenfolgen ihrer Berichterstattung besitzen.

Kepplinger skandalisiert also, um mit seinen Worten zu sprechen, den Machtmissbrauch einer demokratierelevanten Berufsgruppe, und er verschweigt dabei weitgehend Untersuchungen und Sichtweisen, die diesem Befund widersprechen. Aber er liefert auch empirische Belege; diese machen den Kern seines Buches aus.

Er untersucht anhand von acht Fallbeispielen, wie Journalisten fragwürdige Praktiken und die Argumente für oder gegen diese Praktiken beurteilen. Darin skandalisieren Journalisten, indem sie Aussagen ungebührlich ergänzen, kombinieren, instrumentalisieren oder verkürzen, und indem sie Ereignisse unsachgemäß kontextualisieren oder de-kontextualisieren. Weiter verschweigen sie relevante Fakten, um die Deutungshoheit zu wahren oder um Reputationsschäden zu vermeiden.

Die Fallbeispiele stammen alle zumindest indirekt aus der deutschen Politik, und sie sind – zufällig? – so ausgewählt, dass sich die Opfer der angeblichen journalistischen Fehlleistungen immer auf der rechtskonservativen Seite befinden: Wolfgang Schäuble, Bischof Tebartz-van Elst, Pegida, die Befürworter der Atomenergie, Sibylle Lewitscharoff, noch einmal Pegida, noch einmal die Befürworter der Atomenergie, Christan Wulff, Karl-Theodor zu Guttenberg und die SPD-Politikerin Susanne Gaschke, zwar SPD-Politikerin, aber Medienopfer als Folge eines umstrittenen Steuererlasses an einen Unternehmer.

Kepplinger hält fest: Es geht nicht um Gesamtbeurteilungen in diesen acht Fällen, sondern um die Diskussion von damit im Zusammenhang stehenden klar erkennbaren Grenzüberschreitungen. Deshalb ist er auch davon befreit, vollständig über einen Sachverhalt zu berichten und eine angemessene Gewich-

tung von umstrittenen Praktiken vorzunehmen. Trotzdem, und obwohl Kepplinger es nicht ausdrücklich schreibt: Der von ihm identifizierte und skandalöse Machtmissbrauch durch Journalisten richtet sich, so muss man aus den Fallbeispielen schließen, von einer linken Journalistenschaft gegen rechts. Fehlleistungen gegen linke Akteure und Anliegen werden im Buch totgeschwiegen. Man könnte deshalb vermuten, um wiederum Kepplinger selbst zu zitieren, der Autor unterliege selbst einem »hostile media effect« (118), der bewirkt, dass Verängstigte negative Medienberichte über ihre Anliegen negativer wahrnehmen als unbeteiligte Beobachter. Das ist bedauerlich, denn sie lenken vom eigentlich Anliegen des Autors ab: Herauszufinden, wie Journalisten selbst über fragwürdige Praktiken urteilen.

Hier liegt nämlich der Erkenntniswert dieses Buchs: In der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen der Wahrnehmung, ob eine bestimmte journalistische Praxis legitim ist, und der Zustimmung bzw. Ablehnung von Journalisten in Bezug auf Argumente zugunsten oder gegen eine bestimmte journalistische Praxis ganz allgemein.

Die Befragung von 332 Redakteuren aus ausgewählten Ressorts von Tageszeitungen zu den acht Fallbeispielen zeigt: Journalisten halten sich weitgehend an die professionellen Standards bzw. erachten die Handlungen, die Kepplinger als »Skandalisieren und Totschweigen« beschreibt, mehrheitlich als nicht legitim (vgl. 108). Um diese Berufsleute geht es Kepplinger aber gar nicht: »Im Zentrum der Analyse stehen deshalb nicht die Journalisten, die sich an die Regeln halten«, sondern vielmehr die Argumentationsweise der Minderheit, die fragwürdige Praktiken mehr oder weniger billigen.

Es zeigt sich dabei, dass Journalisten im Einzelfall bestimmte fragwürdige Praktiken gutheißen, wenn sie bereits eine negative Einstellung gegenüber der möglicherweise unfair behandelten Person oder Sache hatten. So empfanden beispielsweise Journalisten mit einer negativen Einstellung zur Kernenergie die übertriebene Skandalisierung der Kernenergie eher als akzeptabel als ihre Kollegen mit einer neutralen Einstellung. Journalisten hielten dabei zwar eine berufsethische Norm generell für gültig; sie erachteten die Norm je nach Einstellung zum konkreten Thema aber als nicht relevant. Die Bewertung der Geltung einer Norm geschah so in Abhängigkeit des konkreten Falles (vgl. 49). Hier öffnet sich eine Kluft zwischen Ideal und Praxis, wie sie für den Journalismus nicht untypisch ist: Man erachtet zwar gewisse Regeln und Normen als gültig, relativiert sie jedoch, wenn sie in einer konkreten Angelegenheit im Widerspruch zur eigenen Weltsicht stehen.

Der Schluss, den Kepplinger zieht, ist überzeugend: Die Vertuschung von fachlichen Fehlern schadet dem öffentlichen Ansehen des Journalismus. Diese Einsicht, die sich in anderen Berufsgruppen wie z. B. den Medizinerinnen oder den Ingenieuren schon länger durchgesetzt hat, ist auch im Journalismus nötig. Und

hier steht noch einiges an Arbeit an, die umso schwieriger ist, weil sich der Journalismus bereits mit heftiger öffentlicher Kritik konfrontiert sieht. Dabei muss er sich auch Erkenntnissen stellen, wie sie in diesem Buch präsentiert werden. Und er darf sich dabei nicht davon ablenken lassen, dass dem Autor mit der subjektiven Wahl seiner Fallbeispiele eine Agenda nachgesagt werden könnte.

Literatur

Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin: *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz [UVK] 2006

Über den Rezensenten

Prof. Dr. Guido Keel ist Leiter des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Zu seinen Schwerpunkten in der Forschung gehören Qualität im Journalismus, Wandel im Journalismus und Journalismus in nicht-europäischen Kontexten.

Links

Sie finden diese Rezension online unter <http://journalistik.online/rezension/hans-mathias-keplinger-totschweigen-und-skandalisieren/>. Diese Rezension ist zuerst in *rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m)* erschienen.

Anna Jehle: *Welle der Konsumgesellschaft. Radio Luxemburg in Frankreich 1945-1975*. Reihe: Medien und Gesellschaftswandel im 20. Jahrhundert, Bd. 9. Göttingen [Wallstein] 2018

Rezensiert von Konrad Dussel

Rundfunkgeschichtsschreibung beschränkt sich in der Regel auf die Kultivierung einer Nische, die jenseits ihrer engen Grenzen zu Recht kaum wahrgenommen wird. Anna Jehle hat nun mit ihrer von Frank Bösch betreuten preisgekrönten Dissertation ein Buch vorgelegt, das breitere Aufmerksamkeit verdient. Ihre Geschichte der CLR/CLT – der Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion bzw. Télédiffusion – und ihres französischsprachigen Radioprogramms nach dem Zweiten Weltkrieg ist nicht nur eine akademische Abhandlung über einen x-beliebigen Privatsender und sein Angebot, sondern der Versuch, ein ganz spezielles Medienangebot nicht nur im Kontext seiner wichtigsten direkten Konkurrenten zu verorten, sondern auch die Interdependenzen zwischen allgemeiner ökonomischer, kultureller und medialer Entwicklung zu analysieren – genauso klar konzipiert wie überlegt ausgearbeitet und flüssig geschrieben.

Zu den Stärken von Jehles Buch gehört, dass es sich nicht auf die Schilderung der Geschichte der letztlich französisch dominierten Luxemburger Gesellschaft und ihres damals primär auf Langwelle gesendeten Radioprogramms beschränkt. Stets werden auch die wichtigsten Konkurrenten in den Blick genommen – der Rundfunk des französischen Staates einerseits und die anderen Sender jenseits seiner Grenzen andererseits, worunter der im Saarland beheimateten privaten Alternative »Europe No. 1« seit 1958 die größte Bedeutung zukam. Da Jehle nicht nur alle französischsprachigen Zitate übersetzt, sondern auch von Fall zu Fall sprachliche Eigenheiten ausdrücklich kommentiert, brauchen auch des Französischen weniger Kundige die Lektüre nicht zu scheuen.

In früheren Zeiten wurde heftig darüber diskutiert, in welcher Form die bis dahin gängige Rundfunkgeschichte als Institutionengeschichte am besten durch Programmgeschichte zu ergänzen sei, ohne dass die Theoretiker praktische Beispiele beigesteuert hätten. Anna Jehle verzichtet auf die Theorie und liefert einen konkreten Beitrag, der auch gleich zwei Kapitel und damit ungefähr ein Drittel ihres Textes umfasst. Im einen widmet sie sich den Programmen und ihren Gestaltungsprinzipien im Allgemeinen, im anderen den Nachrichten insbesondere, da sie diese als »entscheidenden Faktor in der Programmkonkurrenz« betrachtet, wie sie schon in der Kapitelüberschrift mitteilt. Geschickt verbindet sie in beiden Kapiteln den Blick auf die spezifischen Konkurrenzsituationen mit dem auf die die Entwicklungen ebenfalls vorantreibenden technischen Neuerungen, einzelne Kreative und konkrete Programmangebote.

Neben der Darstellung von Institution und Programm darf auch die des Publikums nicht fehlen. Weil es dazu an Daten und Quellen fehlt, die eine ähnlich umfassende Analyse wie bei den beiden anderen Bereichen ermöglichen könnten, widmet sich Anna Jehle zumindest einem interessanten Ersatz. In einem Kapitel untersucht sie die »Zielgruppenansprache« des Luxemburger Senders und akzentuiert dabei zum einen die Rolle der Frauen und zum anderen – in sich wandelnden Zeiten – die der neuen Zielgruppe »Jugendliche«; und in einem zweiten Kapitel geht sie ausführlich auf die diversen Marketingaktionen des Senders ein, also seiner Angebote jenseits der eigentlichen Rundfunkstätigkeit.

Dramaturgisch geschickt kommt Anna Jehle erst ganz zum Schluss zum »Dreh- und Angelpunkt des privatkommerziellen Rundfunks«, dem »Geschäft mit der Werbung«, so die Überschrift des sechsten und letzten Kapitels. Auch hier holt sie weit aus und thematisiert als erstes die damalige Markt- und Hörerforschung als flankierendes Moment der Preiskalkulation für die diversen Werbeofferten, ehe sie die wichtigsten Werbeformen und Werbekunden behandelt. Es wird nicht überraschen, dass hier dem Forscherdrang die engsten Grenzen gesetzt worden sein dürften. Ausgiebig darf zwar thematisiert werden, dass L'Oréal zu den wichtigsten Nutzern der Luxemburger Werbezeiten zählte, welche Beträge aber da flossen und wie sich am Ende die Bilanzen der Gesellschaft im Einzelnen gestalteten, dazu sucht man vergebens aussagekräftige Zahlen.

Zeigt bereits dieser Überblick, dass Jehles Buch für vielfältige Interessen Anknüpfungspunkte liefert, so muss am Ende noch ihr zentraler Roter Faden als viel weitergehende Lektüremotivation eigene Erwähnung finden. Die zeitliche Begrenzung ihrer Untersuchung ist nicht zuletzt auch in der ökonomischen Phase der »trente glorieuses«, der »glorreichen Dreißig«, begründet, jener dem deutschen »Wirtschaftswunder« vergleichbaren Zeit, in denen sich die sozioökonomischen Gegebenheiten Frankreichs von Grund auf wandelten. Zu ihren zentralen Charakteristika zählte der neue Massenkonsum. Der erforderte aber nicht nur materielle Veränderungen, sondern auch solche des Bewusstseins breiter Bevölkerungsschichten. Und gerade hier lokalisiert Anna Jehle ihren Untersuchungsgegenstand: »Unter diesen Bedingungen konnte ›Radio Luxembourg‹ als Bestandteil, als Katalysator sowie als Agent des Massenkonsums fungieren« (20). Wie dies im Einzelnen geschah, wird immer wieder überzeugend Thema.

Anna Jehle hat ein durchaus Maßstab setzendes Stück westeuropäische Rundfunkgeschichte geschrieben. Bleibt zu hoffen, dass auch die nahe liegenden Ergänzungen in Angriff genommen werden: Radio Luxembourg war nicht nur mit seinem französischen Programm zwischen 1945 und 1975 Richtung Frankreich von großer Bedeutung, schon zuvor bildete sein englisches Programm für die BBC eine große Herausforderung. In den 1960er-Jahren galt dasselbe für sein neues deutschsprachiges Angebot und die selbstgenügsam gewordenen deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in seiner Nachbarschaft. Vor

diesem Hintergrund relativiert sich dann auch der Neuigkeitswert des Dualen Rundfunksystems der 1980er-Jahre. Die Auseinandersetzung zwischen privat-kommerziellen und öffentlich-rechtlichen oder staatlichen Rundfunkorganisationen ist auch in Europa weitaus älter. Und seit 1933 beherbergt Luxemburg den wichtigsten Akteur der einen Seite.

Über den Rezensenten

Dr. Konrad Dussel ist apl. Professor für Neuere Geschichte an der Universität Mannheim. Seine Forschungsschwerpunkte sind Mediengeschichte und südwestdeutsche Lokal- und Regionalgeschichte.

Links

Sie finden diese Rezension online unter <http://journalistik.online/ausgabe-1-2019/3620/>
Diese Rezension ist zuerst in rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m) erschienen.

Matt Carlson: *Journalistic Authority. Legitimizing News in the Digital Era*. New York [Columbia University Press] 2017, 256 Seiten, ca. 25 Euro

Rezensiert von Katherine M. Engelke

Warum sollten Journalisten überhaupt Gehör finden? Die Antwort auf diese Frage liegt Matt Carlson zufolge in der journalistischen Autorität begründet. Da die bisherige Literatur sich durch eine nur oberflächliche Auseinandersetzung mit diesem Thema auszeichnet (vgl. 3), wendet sich Carlson in seinem Buch *Journalistic Authority* einer weiteren Frage zu: Wodurch erlangt der Journalismus seine Autorität?

Die Publikation verfolgt dabei zwei konkrete Ziele. Erstens, eine konzeptionelle Intervention zu liefern, indem die einzelnen Komponenten der Theorie der journalistischen Autorität ausführlich erläutert werden. Dies mündet zweitens in einem analytischen Modell, mithilfe dessen der aktuelle Zustand der journalistischen Autorität erfasst und auch kritisiert werden kann.

Carlson nimmt eine holistische Perspektive auf sein Forschungsthema ein und verfolgt einen relationalen Ansatz. Journalistische Autorität versteht er dabei als »a contingent relationship in which certain actors come to possess a right to create legitimate discursive knowledge about events in the world for others« (13). Argumente dafür, warum Journalisten Gehör finden sollten – Argumente für journalistische Autorität – werden ständig (neu) gemacht, sodass es sich hierbei um einen kontinuierlichen Prozess handelt. Carlsons relationale Theorie baut dabei auf drei Grundprinzipien auf: (1) Die Beziehungen, durch welche der Journalismus Autorität erlangt, sind vielfältig und umfassen Akteure innerhalb und außerhalb der Nachrichtenredaktionen selbst, (2) diese Beziehungen sind kontextabhängig, (3) Autorität kann nicht durch eine einzelne Variable erklärt werden, sondern ist ein Zusammenspiel verschiedenster Faktoren (vgl. 23).

Den beiden Zielen seines Buches folgend widmet sich Carlson in den einzelnen Kapiteln den verschiedenen Komponenten der journalistischen Autorität. Zwischen der Einführung und der Schlussfolgerung ist das Werk dabei in zwei große Abschnitte eingeteilt. Im ersten Abschnitt wird ausführlich behandelt, wie Journalisten ihre Autorität legitimieren. Konkret wird dies erläutert anhand der journalistischen Identität und dem (umstrittenen) Verständnis des Journalismus als Profession (Kapitel 1), verschiedener Formen des Journalismus und dabei insbesondere des Einflusses der Digitalisierung (Kapitel 2) und schließlich durch Narrative über den Journalismus, die Carlson auch als metajournalistische Diskurse bezeichnet (Kapitel 3).

Im zweiten Abschnitt wird erörtert, wie sich die Beziehungen zwischen Journalisten, welche nach einer autoritären sozialen Position streben, und anderen Akteuren, welche diese Position anerkennen, gestalten. Carlson widmet sich dabei

dem Publikum (Kapitel 4), den Quellen (Kapitel 5), der Technik (Kapitel 6) und öffentlichen Journalismuskritikern (Kapitel 7). Seine Überlegungen bauen umfassend auf einschlägigen aktuellen und klassischen Studien aus der Journalismusforschung auf, die der Autor sinnvoll und gewinnbringend verknüpft. Darüber hinaus schöpft er aber auch aus anderen Disziplinen und entwirft seine Theorie ebenfalls auf der Grundlage u.a. von soziologischen, politikwissenschaftlichen und philosophischen Ansätzen.

Die Einführung und der Schlussteil bilden dabei einen hervorragenden Rahmen, denn bereits die Einführung liefert einen umfassenden Überblick über Autorität im Allgemeinen (vgl. 7ff.) sowie journalistische Autorität im Speziellen (vgl. 13ff.). Das im Schlussteil entworfene Modell von journalistischer Autorität (vgl. 183) spiegelt schließlich den Aufbau des Buchs wider und fasst dabei die entscheidenden Aspekte zusammen: zum einen die Komponenten der Gruppenidentität, der textuellen Praktiken und des Metadiskurses und zum anderen die Beziehungen zwischen Journalisten und dem Publikum, den Quellen, der Technik und den Kritikern. Hinter dieser knappen Zusammenfassung in Tabellenform steht Carlsons in den Kapiteln zuvor entwickeltes komplexes und dynamisches Konzept, in dem die verschiedenen Einflüsse auf die journalistische Autorität sich gegenseitig bedingen und beeinflussen. Die Lektüre der Einführung und des Schlussteils allein vermittelt dem Leser daher bereits ein gutes Verständnis der relationalen Theorie journalistischer Autorität.

Jedoch würde die Lektüre nur dieser beiden Kapitel den Leser um viele interessante Einsichten und Erläuterungen berauben, da die Komponenten des Modells dort gezwungenermaßen nicht in aller Detailliertheit vorgestellt werden. Die Komponenten stellen nämlich auch für sich allein häufig bereits interessante Beiträge zur Journalismusforschung dar. Beispielhaft seien hier das Konzept des metajournalistischen Diskurses genannt (vgl. 77ff.), zu welchem Carlson auch einen eigenen Journal-Bertrag geliefert hat (Carlson 2016), sowie die (historisierten) Ausführungen zur Technik als Akteur im Journalismus (vgl. 150ff.). Carlson gelingt es im Verlaufe des Buches darüber hinaus, seine theoretischen Überlegungen mit einer Vielzahl an konkreten Beispielen zu untermalen und sie dadurch zu veranschaulichen. Das Buch ist daher nicht nur für die Zielgruppe der Studierenden und WissenschaftlerInnen interessant, sondern auch für PraktikerInnen sowie schlichtweg am Journalismus interessierte LeserInnen gut zugänglich.

Kritisch anzuführen ist diesbezüglich, dass die Beispiele größtenteils aus den USA stammen. Diese Limitation wird jedoch von Carlson selbst transparent behandelt. Er setzt es sich dementsprechend zum Ziel, sein analytisches Modell so zu entwickeln, dass es auch außerhalb des amerikanischen Kontexts Anwendung finden kann – ein Ziel, das erreicht wird.

Aufgrund der umfassenden Aufarbeitung des Forschungsthemas ist ein stilistisches Manko umso ärgerlicher: Der Autor verwendet Endnoten am Schluss des

Buches, um auf die verwendete Literatur sowie weitere Ergänzungen zu seinen Überlegungen hinzuweisen. Für LeserInnen, welche direkt die verwendeten Quellen nachvollziehen sowie weitere Erörterungen dazu rezipieren möchten, führt dies zu einem ständigen Hin- und Herspringen im Buch, welches den Lesefluss stören kann.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass Carlsons Buch eine Forschungslücke schließt und zudem die Grundlage für vielfältige Anknüpfungspunkte bietet: So lassen sich Fragen des Vertrauens oder Misstrauens in den Journalismus, der verschwimmenden Grenzen zwischen Journalismus und Werbung oder der Partizipationsmöglichkeiten des Publikums – um nur drei Beispiele zu nennen – vor dem Hintergrund der journalistischen Autorität und mithilfe des hier entworfenen Konzepts behandeln.

Literatur

Carlson, M.: Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism. Definition Control, Boundary Work, and Legitimation. In: *Communication Theory*, 4, 2016, 349-368

Über die Rezensentin

Katherine M. Engelke promovierte im DFG-Graduiertenkolleg »Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt«. Seit 2018 ist sie Akademische Rätin auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören Journalismusforschung, Vertrauensforschung, Politische Kommunikation sowie Terrorismus und Medien.

Über das Buch

Sie finden diese Rezension online unter <http://journalistik.online/ausgabe-1-2019/matt-carlson-journalistic-authority/>. Diese Rezension ist zuerst `Essain rezeensionen:kommunikation:medien(r:k:m)` erschienen.

Open Source

BLexKom blexkom.halem-verlag.de
BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

BLexKom möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

<http://blexkom.halem-verlag.de>

r:k:m rezensionen:kommunikation:medien

rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m) versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seinen Lesern einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen.

<http://www.rkm-journal.de>

Journalistik

Das Wörterbuch der Journalistik

<http://www.journalistikon.de>

Das *Journalistikon* ist das erste deutschsprachige Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Wissenschaftler oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an jeden, der sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistikon* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

<http://www.journalistikon.de>



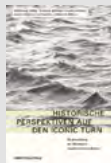
ANDREAS NIEKLER
Automatisierte Verfahren für die Themenanalyse nachrichtenorientierter Textquellen
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 13
 ISBN (Buch) 978-3-86962-261-3
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-262-0



CHRISTINA PETER / TERESA K. NAAB / RINALDO KÜHNE (HRSG.)
Measuring Media Use and Exposure. Recent Developments and Challenges
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 14
 ISBN (Buch) 978-3-86962-287-3
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-288-0



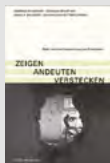
P. MÜLLER / S. GEISS / C. SCHEMER / T. K. NAAB / C. PETER (HRSG.)
Dynamische Prozesse der öffentlichen Kommunikation. Methodische Herausforderungen
Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 15
 ISBN (Buch) 978-3-86962-404-4
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-405-1



S. GEISE / T. BIRKNER / K. ARNOLD / M. LÖBLICH / K. LOBINGER (HRSG.)
Historische Perspektiven auf den Iconic Turn. Die Entwicklung der öffentlichen visuellen Kommunikation
 ISBN (Buch) 978-3-86962-176-0
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-177-7



ELKE GRITTMANN / KATHARINA LOBINGER / IRENE NEVERLA / MONIKA PATER (HRSG.)
Körperbilder – Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen
 ISBN (Buch) 978-3-86962-175-3
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-206-4



S. SCHWENDER / C. BRANTNER / C. GRAUBNER / J. V. GOTTBERG (HRSG.)
zeigen | andeuten | verstecken. Bilder zwischen Verantwortung und Provokation
 ISBN (Buch) 978-3-86962-407-5
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-408-2



SARAH GEBER
Wie Meinungsführer Meinung kommunizieren. Meinungsführerschaft in der politischen Alltagskommunikation
 ISBN (Buch) 978-3-86962-257-6
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-258-3



MANUEL MENKE
Medienostalgie in digitalen Öffentlichkeiten. Zum kollektiven Umgang mit Medien- und Gesellschaftswandel
 ISBN (Buch) 978-3-86962-266-8
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-265-1



FRANZISCA SCHMIDT
Populistische Kommunikation und die Rolle der Medien. Der Umgang der Presse mit Parteien- und Medienpopulismus im Europawahlkampf 2014
 ISBN (Buch) 978-3-86962-424-2
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-425-9



DIANA INGENHOFF / ALEXANDER BUHMANN
Public Diplomacy. Messung, Entstehung und Gestaltung von Landesimages
 ISBN (Buch) 978-3-7445-1198-8
 ISBN (ePDF) 978-3-7445-1200-8



TANJA MAIER
Die (un-)sichtbare Religion. Wandel des christlichen Bilderrepertoires in der visuellen Kultur
 ISBN (Buch) 978-3-86962-318-4
 ISBN (ePDF) 978-3-86962-319-1



ELIZABETH PROMMER / CHRISTINE LINKE
Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen
 Mit einem Vorwort von Maria Furtwängler
edition medienpraxis, 17
 ISBN (Buch) 978-3-86962-428-0
 ISBN (PDF) 978-3-86962-429-7



NICOLE WIEDENMANN
Revolutionsfotografie im 20. Jahrhundert. Zwischen Dokumentation, Agitation und Memorization
 ISBN (Buch) 978-3-7445-1204-6
 ISBN (ePDF) 978-3-7445-1928-1



KONRAD DUSSEL
Bilder als Botschaft. Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905 - 1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum
 Unter Mitwirkung von Patrick Rössler
 ISBN (Buch) 978-3-86962-414-3
 ISBN (PDF) 978-3-86962-415-0