Journalistik

Zeitschrift für Journalismusforschung

Herausgegeben von Gabriele Hooffacker, Horst Pöttker, Tanjev Schultz und Martina Thiele

Heft 3 | 2021 | 4. Jahrgang **www.journalistik.online**

196 Editorial

Aufsätze

199 Siegfried Weischenberg
Wie groß ist das ›Elend der Medien‹?
Ein Bericht zur ›alternativen‹ Kritik des Journalismus – aus Anlass einer Sammlung von Stimmen (auch) zur Propaganda-Schlacht um die Corona-Berichterstattung

219 Jana Rick
Journalist*innen im Unruhestand
Eine Bestandsaufnahme von Rentner*innen im Journalismus in Zeiten der Prekarisierung und der Corona-Pandemie

240 Steven Thomsen
Mikrofon und Federkiel
Ab den 1960er-Jahren rückte der New-Journalism-Exponent Norman Mailer der Reportage mit literarischen Mitteln zu Leibe

Essay

259 Gabriele Hooffacker
Lasst uns über Utopien sprechen
Zur Aktualität der ökologischen Visionen und der Medienkritik in Ernest Callenbachs Ökotopia-Roman

Debatte

270 Mandy Tröger
Journalismus in Zeiten des Tech-Sponsoring?
Eine These für einen stärkeren Journalismus in der digitalen Medienweltlt

Rezensionen

279 Konrad Dussel: Bilder als Botschaf
Rezensiert von Ursula E. Koch

283 Sabine Schiffer: Medienanalyse
Rezensiert Johannes Gemkow

286 Beatrice Dernbach, Beate Illg (Hrsg.): Journalism and Journalism Education in Developing Countries
Rezensiert von Guido Keel

193 Peter Welchering: Journalistische Praxis: Recherche
Rezensiert von Hektor Haarkötter

HERBERT VON HALEM VERLAG

Impressum

Journalistik.
Zeitschrift für Journalismusforschung

Heft 3/2021
4. Jahrgang

http://www.journalistik.online

Herausgeber

Prof. Dr. Gabriele Hooffacker
Prof. Dr. Horst Pöttker
Prof. Dr. Tanjev Schultz
Prof. Dr. Martina Thiele

Redaktion

Verantwortlich für den Inhalt
(gem. § 55 Abs. 2 RStV)
Anna Berneiser, B. A. (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

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 3/2021, S. 196-198
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

bei Bundesligaspielen besteht das bundesdeutsche Publikum aus 82 Millionen Schiedsrichtern. In der Pandemie sind daraus 82 Millionen Virologen geworden. Und manchmal scheint es, vor allem, wenn man in den sozialen Netzwerken unterwegs ist, dass es gelegentlich zu 82 Millionen Medienkritikern mutiert.

Dabei gerät die professionelle Medienkritik naturgemäß etwas in den Hintergrund. Es fällt auf, dass populärwissenschaftliche Literatur rund um das Thema Medienkritik äußerst erfolgreich ist. Titel wie *Zombie-Journalismus* oder *Die Propaganda-Matrix* finden ein breites Publikum. Siegfried Weischenberg hat dafür in seinem Aufsatz »Wie groß ist das ›Elend der Medien‹?« für diese Ausgabe der *Journalistik* den Begriff der Alternativen Medienkritik (AMK) geprägt. Er dekonstruiert die »Säulenheiligen« der alternativen Medienkritik von Noam Chomsky bis Walter Lippmann und wünscht sich beim »ambitionierten Frame Apocalypse now« etwas »sprachliche Abrüstung«.

Wer die Lage des Journalismus analysieren und kritisieren möchte, kommt an Fragen der ökonomischen Rahmenbedingungen nicht vorbei. Die Frage nach der ökonomischen Situation hat Jana Rick bei ihrer Untersuchung von Seniorinnen und Senioren im Journalismus in den Fokus genommen. Sie stellt die Frage nach den Bedingungen, unter denen freie Journalistinnen und Journalisten arbeiten, die im Seniorenalter sind. Denn das hat ihre Studie ergeben: Diese Gruppe verfügt oft über viel journalistische Erfahrung und Professionalität.

Jana Rick geht den Fragen nach: Brauchen die Seniorinnen und Senioren das Zubrot zur Rente? Oder lieben sie einfach ihren Beruf so sehr, dass sie weitermachen? Und was bedeutet das für die Themen, über die sie schreiben? Die letzte Frage kann und will der Beitrag von Jana Rick nicht beantworten, sie wäre aber eine interessante Forschungsfrage. Denn es ist davon auszugehen, dass die erfahrenen Journalistinnen und Journalisten generationentypische Einstellungen und Haltungen zum Berufsbild mitbringen. Deshalb wäre interessant zu wissen, welche Kritik sie an der gegenwärtigen Lage des Journalismus üben. Um einen sperrigen und »sich als Querschläger gerierenden« Publizisten geht es Stephen Thomson in seinem Beitrag »Mikrofon und Federkiel« über

Norman Mailer als Journalisten. Der US-amerikanische Autor ist dem heutigen Publikum nicht mehr so präsent wie in den 1960-er und 1970er Jahren, als seine Werke wie etwa der Kriegsroman *Die Nackten und die Toten* Bestseller waren. Wenig bekannt ist die Tatsache, dass Norman Mailer sein ganzes Leben als Journalist gearbeitet hat, und auch hier als eigenwilliger Autor aufgefallen ist.

Stephen Thomson zeigt auf, wie Norman Mailer die Grenzen zwischen Reportage und Roman, zwischen nonfiktionalem und fiktionalen Schreiben, systematisch überschreitet. Dabei zeichnet Thomson den Weg des »New Journalism« und seiner Grundsätze nach und analysiert insbesondere Mailers Beitrag über John F. Kennedy, »Superman comes to the Supermarket«.

Thomson würdigt den exzentrischen Publizisten und wünscht sich auch für die Gegenwart eine solche polarisierende Figur wie Norman Mailer, »die Einspruch duldet, ja, diesen sogar einfordert, im gegenwärtigen Klima, in der jeder und jede im uferlosen Raum des Internets ihre Ansichten kundtun, gleichzeitig aber selbst komplementären Meinungen gegenüber nicht aufnahmefähig zu sein scheinen.« Polarisieren und dabei komplementäre Meinungen aufnehmen – wäre das nicht eine hilfreiche Forderung in den Auseinandersetzungen um professionelle wie »alternative« Medienkritik?

Ebenfalls mit einem medienkritischen Autoren des 20. Jahrhunderts beschäftige ich mich in meinem Essay über Ernest Callenbachs *Ökotopia*-Roman aus dem Jahr 1975 mit dem Titel »Lasst uns über Utopien sprechen«. Ernest Callenbach, hauptberuflich Redakteur der renommierten Zeitschrift *Film Quarterly*, lässt seinen Helden, den US-amerikanischen Journalisten William Weston, im Jahr 1999 in das Land Ökotopia reisen. Er berichtet regelmäßig für die *Times-Post*; gleichzeitig schreibt Weston Tagebuch. Aus der zunehmenden Diskrepanz zwischen den Reportagen für die *Times-Post* und den eigenen Tagebuchaufzeichnungen Westons lässt sich auf mehreren Ebenen Kritik am US-amerikanischen Mediensystem und dem amerikanischen Journalismus der 1970er Jahre ablesen.

Mich interessierte zusätzlich zur Vision einer Öko-Fiction aus den Siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts die Frage der Rezeption bei heutigen Studierenden. Und ich hatte meine Freude daran, dass Callenbachs Medienkritik auch heute vor dem Hintergrund des Klimawandels und seiner medialen Repräsentation verstanden und aufgenommen wird.

Wiederum um ökonomische Rahmenbedingungen und ihre Auswirkungen auf den Journalismus geht es Mandy Tröger in ihrem Debattenbeitrag »Journalismus in Zeiten des Tech-Sponsoring?« Sie hat sich die Motive näher angesehen, mit denen Konzerne wie Google oder Facebook als Sponsoren des digitalen Journalismus auftreten.

Sind das wirklich nur hehre Bemühungen um die Verbesserung des Qualitätsjournalismus‘? Mandy Tröger kommt zu dem Schluss: »Das übergeordnete

Ziel dieser weitgestreuten Maßnahmen ist, ganze Informationslandschaften im Sinne der Konzerninteressen zu beeinflussen«. Sie fordert ein, dass Abhängigkeitsverhältnisse in globalen Zusammenhängen erklärt werden müssen.

Medienkritik erreicht auf vielen Wegen ihr Publikum; diese Zeitschrift ist einer davon. Gerade wegen der Bedeutung des Themas bleibt für mich die Frage offen, warum die professionelle Medienkritik aus Medien- und Kommunikationswissenschaften für ein breiteres Publikum wenig sichtbar ist.

Warum ist die »alternative Medienkritik« so erfolgreich? Warum gibt es nur wenige Beispiele von publikumswirksamen Wortmeldungen aus der Wissenschaft wie Uwe Krügers Buch über die *Mainstream-Medien* oder die mediale Präsenz von Bernhard Pörksen? Warum findet die sichtbarste Medienkritik in satirischen Formaten wie *Die Anstalt* oder Jan Böhmermanns *ZDF-Magazin Royale* statt? Vielleicht könnte die professionelle Medienkritik einiges von der »alternativen« Medienkritik lernen. Vielleicht könnte sie ein wenig leichtfüßiger, witziger und unterhaltsamer werden.

Wenn Sie sich am wissenschaftlichen Mediendiskurs in der »*Journalistik*« beteiligen möchten, schicken Sie Ihre Themenvorschläge gern an redaktion@journalistik.online!

Auf ertragreiche Debatten freut sich

Gabriele Hooffacker

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
Heft 3/2021, S. 199-218
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

HERBERT VON HALEM VERLAG

Siegfried Weischenberg

Wie groß ist das ›Elend der Medien‹?

Ein Bericht zur ›alternativen‹ Kritik des Journalismus – aus Anlass einer Sammlung von Stimmen (auch) zur Propaganda-Schlacht um die Corona-Berichterstattung

Abstract: **Niemals ist der Journalismus in Deutschland so hart attackiert worden wie in zahlreichen Publikationen einer ›alternativen‹ Medienkritik, die in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen hat. Die Schärfe des Tons, der hierbei angeschlagen wird, hat aber noch einmal erheblich zugenommen, seit die ›Mainstream-Medien‹ auf breiter Linie über die Bewältigung der Pandemie berichten. Ihnen wird totales fachliches Versagen vorgeworfen, die weitere Verengung des Meinungskorridors und eine einseitige Propaganda zugunsten der (Impf-) Maßnahmen sowie die völlig fehlende Ausgewogenheit bei der Auswahl der Experten, die zu Wort kommen. Orientiert an Chomskys ›Propagandamodell‹, dessen Genese problematisch war, und/oder Bourdieus hier diskutabler ›Habitustheorie‹ wird ein apokalyptisches Manipulations-Szenario entworfen, das keinen Platz lässt für Reformen, sondern ein völlig neues Medien- und Kommunikationssystem favorisiert – wenn nicht sogar eine ganz andere Gesellschaft. Dabei fällt die Nähe zu Protagonisten auf, die der Szene der ›Verschwörungstheoretiker‹ zugerechnet werden. Bei aller Radikalität unterscheiden sich die ›alternativen Medienkritiker‹ freilich insofern nicht völlig vom ›Mainstream‹, als auch sie im Rudel die Selbstreferenz pflegen und sich ebenfalls darauf verstehen, durch Zuspitzung Aufmerksamkeit zu erregen, auch wenn die Fakten dies nicht hergeben.**

Wer regelmäßig Talkshows guckt, dem ist vielleicht aufgefallen, dass dort neuerdings häufig das Wörtchen ›schwierig‹ auftaucht – und zwar mit einer Konnotation, die ungewohnt wirkt. Verwendet wird es vor allem dann, wenn etwas eigentlich als ›falsch‹ bzw. ›schlecht‹ oder sogar ›absurd‹ bzw. ›abwegig‹ klassifiziert werden soll. Doch der Talkshow-Gast zieht es nun vor, sich bei der Bewertung nicht richtig festzulegen. (Alternative) Kritiker des Journalismus und

der Gesellschaft, die seit einigen Jahren vermehrt dicke Bücher vorlegen, sind da nicht so zimperlich, sondern lassen es ganz schön krachen. Im Vergleich dazu ging es noch vor kurzem – in der Regel – deutlich vorsichtiger und auch differenzierter zu (vgl. Weischenberg 2015).

Die Alternative Medien-Kritik (AMK) hingegen ist einseitig, eindeutig, kompromisslos und auch aggressiv. Dies zeigen schon die Titel einschlägiger Bücher. Da geht es nicht mehr nur – mehr oder weniger ausgewogen – um ›Lügenpresse als Kampfbegriff‹ oder die ›Medienkrise‹,[1] sondern um den Generalvorwurf der Propaganda (zuletzt beschrieben als *Die Propaganda-Matrix*), um ›Rudeljournalismus‹ und sogar um die (durch Medien) in den ›Ausnahmezustand‹ versetzte ganze Welt (vgl. Wernicke 2017; Meyen 2018a). Es geht um die angebliche Sabotage von Wirklichkeit durch die Medien und schließlich *Das Elend der Medien*. Das Werk *Zombie-Journalismus* hat das dann noch mal getoppt – und zwar in jeder Beziehung (vgl. Meyen 2021a; Klöckner 2019, 2021; von Mirbach/Meyen 2021).

Das Wirken der AMK zielt in diesen aktuellen Publikationen auf eine fundamentale Systemkritik. Relativierung und Differenzierung, die man andererseits ja gern vom ›Mainstream-Journalismus‹ einfordert und von der Wissenschaft sowieso, gehören nicht zu den erkennbaren Publikationszielen – im ›Corona-Zeitalter‹ weniger denn je.[2] Da tun sich Gräben auf, denn dieser ›Mainstream-Journalismus‹ hatte schon auf ›systemkonforme Kritik‹ an seiner Corona-Berichterstattung aus dem Lager der Medienforschung zum Teil sehr gereizt reagiert. Geradezu »grotesk« sei »die Rüge, ›die‹ Medien nähmen die Einschränkungen von Grundrechten hin wie Lämmer, die zur Schlachtbank geführt werden«, hieß es gleich zu Beginn der Pandemie in der FAZ (d'Inka 2020).

Die AMK hat diesen ›Grundrechte-Diskurs‹ sowie andere Berichterstattungs-Monita ausgeweitet zu einer Generalabrechnung mit dem real existierenden Journalismus in Deutschland, der in ihren Augen abgewirtschaftet hat. Sie findet durch aktuelle Medienbeobachtung all ihre Urteile und Vorurteile bestätigt und bezieht beim Thema ›Covid-19‹ einen prinzipiell anderen Standpunkt als der ›Mainstream‹. Auf ihren Portalen scheut sie auch nicht davor zurück, Fanpost aus dem Lager der ›Corona-Leugner‹, Impfgegner und ›Querdenker‹ entgegen zu nehmen – also von Leuten, die verschwörungstheoretisch unterwegs sind. Ist ihre ›Medienkritik als Gesellschaftskritik‹ (vgl. dazu auch Klöckner 2017) allein deshalb ›schwierig‹?

1 Vgl. Lilienthal/Neverla 2017; Weischenberg 2018. Deutlich milder, aber nicht unkritisch gingen mit der eigenen Zunft die PraktikerInnen um (vgl. z. B. Kleber 2017; Gerster/Nürnberger 2017). Für all diese und andere ›ausgewogene‹ Publikationen gilt, dass sie – anders als die Publikationen der AMK (jedenfalls in ihrer Blase) – nicht besonders beachtet wurden.

2 Ähnliche Aufmerksamkeit – wegen der pauschal-kritischen Grundhaltung des Autors – hatten zuvor Bücher Udo Ulfkottes (Ulfkotte 2001, 2014) erregt, wobei letzteres als Bestseller damals offenbar eine Marktlücke füllte.

1. Die Alternative Medienkritik (AMK) und ihr ›Säulenheiliger‹ Noam Chomsky

Krieg und Frieden: Wilson und Lippmann im Ersten Weltkrieg

Den Auftakt der neuen Gattung hatte das von Jens Wernicke parallel zur Gründung des Online-Magazins *Rubikon* vorgelegte Buch *Lügen die Medien?* markiert, welches auf seinen Interviews mit ›Machern‹, ›Denkern‹ und VertreterInnen der ›Zivilgesellschaft‹ beruht. Sie waren vorher zum Teil schon in den internetbasierten Alternativmedien *NachDenkSeiten* und *Telepolis* erschienen. Diese Publikation bildet die Basis für wesentliche Argumentationsstränge der AMK, die dann durch die Corona-Berichterstattung eine Fokussierung und Aktualisierung erfahren haben.

Dass der »Korridor der veröffentlichten Meinung inzwischen so schmal ist wie kaum zuvor« (Wernicke 2017: 124), gilt in den Augen der alternativen Kritiker – gerade darin sind sich wohl alle einig – mehr denn je; vom Vorwurf des zu engen Meinungskorridors ist in den einschlägigen Publikationen immer wieder die Rede. Zu den eher ›schwierigen‹ Aussagen gehört hingegen eine Behauptung wie diese: »Unser Land ist mit großen Schritten auf dem Weg in den totalitären Staat – weil nicht sein kann, was nicht sein darf. Und nicht sein darf, was den Interessen der Mächtigen widerspricht« (Wernicke 2017: 15). Deshalb fordern Vertreter der AMK einen Systemwechsel und denken dabei offenbar nicht nur an Medien und Journalismus.

Wernickes Buch, das große Beachtung gefunden hatte, ist insofern von besonderer Bedeutung, als hier mit Hilfe von genauen, aber auch tendenziösen/rhetorischen Fragen/Rückfragen und durchweg langen Antworten ins Zentrum gerückt wird, worum es der AMK geht und worauf sie rekurriert. Zentrale Themen (jedenfalls in den Jahren vor der Covid-19-Pandemie) sind dabei die einseitige Kriegsberichterstattung und das, was man als ›kapitalistischen Komplex‹ bezeichnen könnte – das Kuddelmuddel aus kalter Manipulation durch die Herrschenden und gefügigen Medien und Journalisten. Gewarnt wird hier (von dem inzwischen verstorbenen einstigen DJU-Vorsitzenden Eckart Spoo) auch schon davor, dass »die Herrschenden den Aufklärern« schnell mit dem Vorwurf kämen, Verschwörungstheoretiker zu sein; dies sei in der heutigen politischen Propaganda eines der am weitesten verbreiteten Wörter (Wernicke 2017: 97). Der ›Säulenheilige‹ dieses Ansatzes ist (natürlich) Noam Chomsky; der hier zusätzlich aufgenommene Vortrag aus dem Jahre 1997 enthält seine radikale Systemanalyse ›in a nutshell‹ (vgl. Chomsky 2017).

Bis man in dem Buch *Lügen die Medien?* hierhin kommt, ist in den Antworten, aber auch den Fragen schon eine große Übereinstimmung mit dem dominierenden Propaganda-Ansatz und seinen Anwendungsfeldern (vgl. Wernicke

2017, insbes. 72 ff., 96 ff., 118 ff.) deutlich geworden: Es geht um Krieg und Frieden – »Initialzündung für den Massenaufstand der Mediennutzer« sei hier die Ukraine-Krise gewesen[3] – und um die Durchsetzung der neoliberalen Ideologie mit Hilfe raffinierter (PR-)Techniken, wobei sich aber die meisten Gesprächspartner mit dem Schimpfwort ›Lügenpresse‹ trotz aller Bemühungen des Interviewers offenbar nicht so sehr anfreunden können.[4] Der hier von Wernicke befragte Publizist Ulrich Teusch z. B. zieht stattdessen den Begriff ›Lückenpresse‹ vor und räumt dann sogar ein: »Historisch gesehen gab es wahrscheinlich noch nie so umfassende Informations- und Recherchemöglichkeiten wie heute« (Wernicke 2017: 53).

Gerade beim Thema ›Krieg, Propaganda und Medien‹ ist Noam Chomsky, der angeblich »meistzitierte Intellektuelle der Welt« (Wernicke 2017: 95), freilich kein unproblematischer Gewährsmann.[5] Denn dieser auch in anderen einschlägigen Publikationen der AMK häufig erwähnte und hochgelobte Denker stützt seine zentrale These der ›Staatspropaganda‹ auf die Vorgänge um den Eintritt der USA in den Ersten Weltkrieg im Jahre 1917. Dabei habe es sich, so behauptet er, um eine von langer Hand vorbereitete Propaganda-Aktion interessierter Kreise aus Politik und Wirtschaft gehandelt, mit dem Ziel, die Kriegs-Phobie der Bevölkerung zu unterlaufen. Die habe Präsident Woodrow Wilson nur benutzt, um gewählt zu werden. »Doch er hatte von Anfang an vor, in den Krieg einzutreten«, behauptet Chomsky (Chomsky 2017: 114) – eine These, die Wilsons Rolle und Person nicht gerecht wird und nicht zu den Erkenntnissen der historischen Forschung passt. Die USA beteiligten sich erst an diesem Krieg, aus dem sie dann als der eigentliche Sieger hervorgingen, als Deutschland den U-Boot-Krieg ausgeweitet hatte.

Wilson zögerte lange, seine Zustimmung zu geben – und als er dann endlich seinen Widerstand aufgab, verlangte er dafür idealistische Motive. Die lieferte ihm sein junger ›Spin-Doktor‹ Walter Lippmann (1889-1974), der sich nach Kriegsbeginn vom Sozialisten zum Konservativen gewandelt hatte und die USA an der Seite der europäischen Alliierten sehen wollte. Lippmann, der später zum berühmten Publizisten und Vertrauten fast aller US-Präsidenten bis nach dem Zweiten Weltkrieg aufstieg (vgl. Buhl 1974), hatte deshalb mit seinen pazifistischen Freunden auf der radikalen Linken gebrochen (vgl. Steel 1980, insbes. S. 81 ff., 88 ff., 95 ff., 108 ff.). Dazu gehörte auch der später legendäre Abenteurer

3 So der Medienforscher Uwe Krüger (Krüger 2017: 127); vgl. dazu auch seine viel beachtete Publikation *Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen* (2016).

4 Vgl. Wernicke 2017, z. B. 46, 61 und 83. Anders der Philosoph Werner Rügemer; ›Lügenpresse‹ sei »ein eingeführter demokratischer Kampfbegriff« (Wernicke 2017: 86).

5 Dies kann der an Differenzierungen Interessierte wohl generell auf Chomskys zweifellos faszinierende Systemkritik beziehen, in deren Zentrum die These der Fabrikation von Konsens steht (vgl. Herman/Chomsky 1988). Der hier besprochene Text ist z. T. identisch mit der Einführung zu Noam Chomskys Buch über Medien-Manipulation (Chomsky 2006).

John Reed (1887-1920), sein Studienfreund aus Harvard-Zeiten, der dann die Oktoberrevolution als Augenzeuge beobachtet und darüber das – von Lenin mit einer Empfehlung geadelte – Buch *Ten Days That Shook the World* (1920/21) geschrieben hat. Die offizielle Begründung für die Entscheidung zugunsten des Kriegseintritts lautete schließlich, nun international als Kämpfer für die Demokratie aufzutreten – ein Narrativ, das ein Jahrhundert lang Bestand hatte und erst im August 2021 mit dem Abzug der U.S.-Truppen aus Afghanistan (vorerst?) aufgegeben worden ist.[6]

Wie komplex politische Entscheidungsprozesse ablaufen und wie schwierig es gerade für den Journalismus – eingebunden in systemische Zwänge im engeren und weiteren Sinne – ist, den hohen Ansprüchen der Kritiker gerecht zu werden, lässt sich am Beispiel des Ersten Weltkriegs modellhaft aufzeigen, in den die Völker durch ein Bündel von Verstrickungen und Fehleinschätzungen ihrer Herrscher geraten waren (vgl. Clark 2013). Gerade Schuldfragen lassen sich dann nur schwer beantworten – und dies gilt in unserer Zeit z. B. auch für den Kosovo-Krieg und den Ukraine-Konflikt, die als kritische Fälle für die AMK eine zentrale Rolle spielen (vgl. z.B. Wernicke 2017: 238 ff., 55 ff., 123 ff.).

Walter Lippmann und die Genese von Staatspropaganda und Public Relations

Was die Rolle des amerikanischen Präsidenten betrifft, so könnten sich Chomsky und Lippmann gemeinsam immerhin auf eines berufen: »Each saw in Wilson what he wanted to see« (Steel 1980: 107). Doch die Quellen weisen aus, dass erst deutlich später als seine Umgebung »Wilson himself became a prisoner of the war fever« (Steel 1980: 124).· Allein die Umstände der Friedensverhandlungen seit Ende 1916, deren Protagonist auf russischer Seite Leo Trotzki war,[7] zeigen, dass es hier – anders, als von Noam Chomsky verschwörungstheoretisch unterstellt – jedenfalls keinen ›Masterplan‹ des Weißen Hauses gab, der schon zu Beginn des Ersten Weltkriegs existiert hätte; dort hatte man sich keineswegs von vornherein »auf den Kriegseintritt festgelegt und mußte nun«, wie Chomsky behauptet, mittels ihres neuen ›Komitees für Öffentlichkeitsinformation‹ (kurz ›Creel-Comission‹) »etwas gegen die friedfertige Stimmung unternehmen«, die damals in den USA herrschte (Chomsky 2006: 29).[8]

Auf dieser Erzählung aber hat der zum alternativen Medienkritiker gewordene Linguist sein ganzes Gebäude der Genese von Propaganda und

6 Die einschlägige Forschung ausführlicher darzustellen ist an dieser Stelle nicht möglich. Vgl. dazu z. B. Tuchman 1982 [1958], Tuchmann 1984; Münkler 2013, insbes. S. 518 f., 621, 653 ff., 788 f.; Kershaw 1980 sowie, noch deutlicher Herzfeld 1980: 75-127; darin wird u. a. Wilsons »ehrlich gemeinte Neutralitätspolitik« biographisch begründet (106 ff.).

7 Vgl. dazu seine Memoiren (Trotzki 1930, insbes. 347 ff.) sowie Steel 1980: 128 ff.

8 Zu den Mitgliedern des Creel-Komitee gehörte neben Lippmann auch Edward Bernays, der später (1928) das Standardwerk *Propaganda* schuf.

Public Relations errichtet. Die zentrale Botschaft lautet dabei, mit Hilfe der inszenierten Kriegshysterie sei die Lawine von Beeinflussung losgetreten worden, welche für Jahrzehnte die Zeitläufte in den USA und Europa bestimmt habe. Hitler habe damals »nicht zu Unrecht« geschlussfolgert, dass »Deutschland im Ersten Weltkrieg eine Niederlage erlitt, weil es die Propagandaschlacht verloren hatte« (Chomsky 2017: 116).

Chomskys so generierte Manipulationsthese leitet bis heute die Diskurse der AMK – und deshalb haben wir dies hier ausführlicher dargestellt. In diesem Zusammenhang ist auch Walter Lippmann (wieder) ins Zentrum des Interesses gerückt worden, dessen nach dem Ersten Weltkrieg publiziertes Buch *Public Opinion* zu den Meilensteinen der Kommunikationsforschung gezählt wird. Darin geht es – neben der Entdeckung von »stereotypes« und den »pictures inside the heads« als Handlungsdeterminanten – in besonderem Maße darum, den Journalismus nicht mit Wahrheitsansprüchen zu überfordern, denn

> »news and truth are not the same thing, und must be clearly distinguished. The function of news is to signalize an event, the function of truth is to bring to light the hidden facts, to set them into relation with each other, and make a picture of reality on which men can act«[9].

Diese Beschreibung, die ja eine erkenntnistheoretische Basis hat, entlastet den Journalismus in gewisser Weise von übertriebenen Ansprüchen – Ansprüche, die von der AMK nun ins Extrem getrieben werden. Dieser Aspekt interessiert Chomsky (und seine späteren Anhänger) aber nicht weiter; im Vordergrund steht bei ihnen Lippmanns Rolle als Propagandist des ›manufacturing consent‹, deren Zuschreibung aber ohne weitere Belege auskommt. Politische Führer seien dadurch in der Lage, dem formalen Wahlrecht

> »jede Bedeutung zu nehmen […] und so die Wahlmöglichkeiten und Einstellungen der Menschen derart zu beschränken, dass sie letztlich immer nur gehorsam tun werden, was man ihnen sagt […]. So sieht laut Lippmann eine echte Demokratie aus, die funktioniert, wie es sich gehört. Das ist die Lehre, die er aus den bisherigen Erfahrungen mit Propaganda zieht« (Chomsky 2017: 117f.).

Zusätzlich bietet Chomsky zum »Doyen der amerikanischen Journalisten« noch eine gewagte These zur angeblichen Ähnlichkeit zwischen dessen liberal-demokratischer Theorie und dem Marxismus-Leninismus an, welche auf die angeblich gemeinsamen ideologischen Voraussetzungen zielt. Lippmann zufolge könne »lediglich eine kleine Elite […] das Interesse der Allgemeinheit adäquat in die Tat umsetzen. Das ist eine sehr alte und zugleich typisch leninistische Sichtweise,

9 Lippmann 1965 [1922]: 85ff., 18, 226; vgl. dazu auch Weischenberg 1995: 172 ff., 228 ff.)

die hervorragend mit Lenins Konzept einer revolutionären Avantgarde harmoniert« (Chomsky 2017: 30).[10]

Walter Lippmann an die Seite gestellt wird der Politikwissenschaftler Harold Dwight Lasswell. Dieser hat durch die nach ihm benannte Formel, die Kommunikationsprozesse als Einbahnstraße beschreibt und insofern einem Propaganda-Modell verpflichtet ist, auch in der Kommunikationswissenschaft reüssiert. Lasswell sage ganz offen, stellt Chomsky fest, »dass man sich nicht auf demokratische Dogmen versteifen dürfe. […] Auch in dieser Hinsicht wurden also die Lehren aus den Erfahrungen der Kriegszeit gezogen […]« (Chomsky 2017: 121f.). Im an dieser Stelle parallel präsentierten Info-Kasten wird ›Propaganda‹ definiert als »Versuch der gezielten Beeinflussung des Denkens, Handelns und Fühlens von Menschen«; Charakteristika der dabei angewendeten Methoden seien die Vermischung von Meinung und Information sowie u. a. Verschweigen, Lügen, Verleumdungen, Dämonisierung, Verzerrungen und Doppelmoral (vgl. Chomsky 2017: 118ff.). Das kann – im Klang ganz anders als zu Zeiten der Frühgeschichte des Begriffs – ja wohl nur pejorativ gemeint sein.

Drei Jahre nach Jens Wernickes ambitioniertem *Medienkritik-Kompendium* hat sich der AMK dann durch Covid-19 ein Thema angeboten, das geradezu ideal geeignet schien, ihre grundlegende Kritik der Kommunikationsverhältnisse zu präzisieren und zu plausibilisieren. Dabei greift sie erneut herzhaft auf den Propaganda-Ansatz von Chomsky zurück; einst – als dieser Begriff noch nicht durch Corona kontaminiert war – war der Linguist von seinem Verlag auf dem Rücken des Buchs *Media Control* schon als »einer der wichtigsten Querdenker der USA« ausgewiesen worden.

10 Vgl. dazu auch z. B.: Wolkogonow 2017 [1993]. Eine solche ›Harmonie-Lehre‹ wurde in einem Aufsatz, der im Jahr des Mauerbaus in einer DDR-Fachzeitschrift über Lippmann erschien, natürlich nicht bestätigt. Aber auch hier wird Lippmann als Vertreter der »Interessen der Imperialisten« beschrieben und als Fälscher, der es verstehe, Lügen durch Einstreuen halber Wahrheiten glaubhaft zu machen. Chomskys Konsensthese kommt dann die Behauptung nahe, Lippmann verdanke »seine einzigartige Stellung in der imperialistischen Journalistik dem Umstand, daß keiner seiner Kollegen so geschickt diese Aufgabe [Zustimmung der Regierten für die Regierenden, SW] im Interesse der herrschenden Klasse erfüllt hat […]« (Herr 1961: 423-51).

2. Die Bourdieu-Tradition: Medienkritik als Gesellschaftskritik

Vom ›Elend‹ der Medien und der Demokratie in der Pandemie

Der von Alexis von Mirbach und Michael Meyen unter dem Titel *Das Elend der Medien. Schlechte Nachrichten für den Journalismus* vorgelegte Beitrag zur AMK orientiert sich zwar ebenfalls an Noam Chomsky, rekurriert theoretisch und im empirischen Zugriff aber primär auf Pierre Bourdieu (vgl. dazu auch Weischenberg 2014: 144-151). Was Thema und Titel angeht, gilt dies hier auch terminologisch, denn man sieht sich in der Tradition von Bourdieus berühmter Studie *Das Elend der Welt* (*La misère du monde*) (Bourdieu 1997). Gespräche mit ziemlich willkürlich ausgewählten Journalisten, Journalismus-Kritikern und ›Medien-Konsumenten‹ bilden die ›empirische‹ Grundlage, wobei Meyen die auf diese Weise zustande gekommenen Erträge so bewertet: »40 Stimmen zum ›Elend der Medien‹ (genauso viele hat einst das Team um Bourdieu gesammelt) sind auch 40 Stimmen zum ›Elend der Demokratie‹« (von Mirbach/Meyen 2021: 11). Und dies ist (irgendwie) das eigentliche Thema dieses Buches.[11]

In besonderem Maße auf Bourdieu Bezug genommen hatte zuvor auch Marcus Klöckner in seinem Werk *Sabotierte Wirklichkeit*, in dem vor allem nachgewiesen werden sollte, dass der Journalismus zur ›Glaubenslehre‹ verkommen sei. Darin war einer der wenigen überzeugenden Versuche zu finden, den französischen Soziologen – mit Hilfe notwendiger Transformations-Operationen – für den Diskurs über Medien und Journalismus nutzbar zu machen (vgl. Weischenberg 2012: 246-264). Unter Berufung auf eine Aussage Bourdieus führte dies schon dort zu dem radikalen Postulat »Wir brauchen ein neues Mediensystem« (Klöckner 2019: 215ff.).

Meyen und Mirbach nun verknüpfen ihren Titel direkt mit einer persönlichen Erfahrung, denn sie waren im Frühsommer 2020 mit einem Beitrag im Blog *Medienrealität* auffällig geworden, »in dem Ken Jebsen und sein Portal *KenFM* neutral positiv behandelt wurden«, so Meyen in seinem Vorwort »Vom Elend der Demokratie« (von Mirbach/Meyen 2021: 10).[12] Auf diese Weise war man sogar in die aktuellen Medien (u. a. die *Süddeutsche Zeitung*) geraten und hatte sich den Zorn von KollegInnen im Münchener Institut zugezogen (vgl. Krass 2020; Demmelhuber 2020; Meyen 2020b, Rötzer 2020). Meyens Kommentar dazu bildet sozusagen die Leitlinie für die Gespräche und ihre Einordnung in diesem Buch:

> »Erwartet wurden offenbar [im Fall des Online-Journalisten Jebsen, der bei Impfgegnern in hohem Ansehen steht, SW] Nicht-Beachtung oder Distanzierung. Dass das nicht geht,

11 Dieses Werk wurde von mir bei r:k:m ausführlicher besprochen (vgl. https://www.rkm-journal.de/archives/22964).

12 Vorausgegangen war einige Zeit zuvor ein Auftritt Meyens in Ken Jebsens Youtube-Kanal *KenFM* (›Freie Medien für freie Menschen‹); vgl. dazu Meyen 2018b.

> wenn man nach dem ›Elend der Medien‹ fragt und nach der Zukunft des Journalismus, wird hoffentlich in diesem Buch deutlich. Fortan hatten wir beide ein Kontaktschuld-Problem« (von Mirbach/Meyen 2021: 10).

In dem zentralen Kapitel über das ›andere‹ journalistische Feld kommen in dem Buch die vier Publizisten Florian Rötzer, Paul Schreyer, Jens Wernicke und Marcus Klöckner zu Wort. Man lernt, dass sie durchweg schwierige Biographien meistern mussten, auf bestimmten, ihnen freundlich verbundenen Portalen unterwegs sind (*Rubikon*, *multipolar*, *NachDenkSeiten* sowie *Telepolis*) und kompetent, wenngleich bisweilen sehr zugespitzt und auch ungerecht über Medien und Journalismus nachdenken und reden können. Und dass sie – wie diverse andere Gesprächsteilnehmer – zum Thema ›Covid-19‹ eine sehr eigene Meinung vertreten. Schreyer, Autor des Bestsellers *Chronik einer angekündigten Krise*, formuliert es so: »Ich würde [...] nicht mit einem Journalisten reden, der von Corona-Leugnern spricht« (von Mirbach/Meyen 2021: 170).

Um über das Weltbild dieser Autoren aufgeklärt zu werden, bedurfte es des Buchs von Meyen und von Mirbach eigentlich nicht; gerade die Positionen von Wernicke und Klöckner waren durch andere Beiträge zum Thema bereits gut bekannt. Der ziemlich grimmig wirkende Wernicke, Gründer des *Rubikon*, zieht freilich an dieser Stelle in besonderem Maße vom Leder. »Unser Ausgangspunkt«, sagt er, sei: »Wir werden hier belogen und betrogen« (von Mirbach/Meyen 2021: 192). Vor dem Gespräch mit ihm, so berichtet Interviewer Meyen, habe dieser noch schnell eine Anwältin verabschiedet, die zu den Köpfen der ›Stiftung Corona-Ausschuss‹ gehört. Später sagt Wernicke dann: »Mir war von Tag eins klar, dass [der Kritiker der Corona-Maßnahmen Wolfgang] Wodarg der Experte ist, weil er sowohl über Seuchen und Epidemiologie Bescheid weiß als auch über die Verbrechen der Pharmaindustrie« (von Mirbach/Meyen 2021: 193).

Noch etwas anderes wird gerade hier deutlich: Wie sehr sich auch bei den ›Alternativen‹ die Medien auf Medien beziehen und die Akteure auf Akteure. Selbstreferenz haben die ›Mainstream-Medien‹ und ihre Journalist*innen* und Journalisten also nicht exklusiv, wobei zudem zu registrieren ist, dass ›alternative Journalistinnen‹ offenbar eine besonders kleine Minderheit darstellen. Hier und in den anderen einschlägigen Publikationen wird auch nicht ›gegendert‹ – und es wird ein eigentlich doch auffälliger Widerspruch nicht thematisiert oder gar aufgelöst: zwischen dem immer wieder (wohl mit Recht) beklagten Neoliberalismus als Grundmelodie der ›Mainstream-Medien‹ und der empirisch gut belegten Tatsache, dass es schon traditionell eine ›Linkslastigkeit‹ in den politischen Einstellungen der Journalistinnen und Journalisten in Deutschland gibt (vgl. dazu auch Weischenberg et al. 2006a; Hanitzsch et al. 2020).

Zwar wird auch in der Münchner Stimmensammlung und den verbindenden Texten der Herausgeber immer wieder auf den (journalistischen) Umgang mit der Pandemie Bezug genommen, doch in dem Buch *Zombie-Journalismus* geht es dazu – aber auch bei anderen Themen – ungleich fulminanter zur Sache. Hatte sich der eigentlich als besonnen geltende Autor Marcus Klöckner zuvor in besonderem Maße um Probleme fehlender Repräsentanz in den Medien aufgrund einer verfehlten Rekrutierungspraxis gekümmert (vgl. Klöckner 2019), so nimmt er nun den Journalismus als Manipulations-Instrument ins Visier. Da gibt es eine Menge origineller (sprachlicher) Einfälle; das Buch ist stilistisch glänzend geschrieben – wenngleich in der Form eines riesigen Leitartikels, den man sich härter und einseitiger kaum vorstellen kann.

Entworfen wird ein Bild des Journalismus, in dem sich die meisten Akteure der ›Mainstream-Medien‹ wohl nicht wiedererkennen werden, auch wenn der Autor auf eine umfangreiche Sammlung von Negativ-Beispielen zurückgreifen kann, mit deren Hilfe er manchen Treffer landet. Klöckner führt den Ball eng am Fuß und nimmt diverse Akteure und Institutionen gnadenlos aufs Korn, wobei er keinem Konflikt (und Wortspiel) aus dem Wege geht. Konsequent folgt er dem alten Luhmann-Bonmot »Der Gag heiligt die Mittel«, wenn es darum geht, Medienkritik als Gesellschaftskritik zu üben und Nachweise für den Niedergang des Journalismus zu führen.

Damit öffnet er freilich eine Flanke: Ist es denn wirklich so, dass der Journalismus in früheren Zeiten das Postulat erfüllt hätte, die Macht- und Herrschaftsverhältnisse in Frage zu stellen? Haben sich die Journalistinnen und Journalisten – insbesondere in der ›Bonner Republik‹ – mehrheitlich als kritisches Pendant zum herrschenden System oder nicht eher als seine ›Diener‹ verstanden (vgl. Weischenberg 1987)? Sind die ›Leitmedien‹ »ihrer Aufgabe, den Diskurs innerhalb der Öffentlichkeit abzubilden« (Klöckner 2021: 26), damals tatsächlich eher nachgekommen als heute?

Das, was da aktuell angeführt wird, hat aus guten Gründen schon vor Jahrzehnten auf der Agenda von Soziologie und Kommunikationswissenschaft gestanden. Den Namen C. Wright Mills führt der Autor selbst an (vgl. Klöckner 2021: 254f.). Hinweisen könnte man des Weiteren auf die Empirie insbesondere zur Versippung der Presse mit der lokalen Machtelite, die zuerst in der ›Wertheim-Studie‹ nachgewiesen wurde (vgl. Zoll 1974; Wolz 1980), auf Hans Magnus Enzensbergers Ausführungen zur Theorie der ›Bewusstseins-Industrie‹ (Enzensberger 1971 [1962]) sowie z. B. auf Botho Straußens Polemik »Anschwellender Bocksgesang«, die in den 1990er Jahren für Aufsehen gesorgt hatte (Strauß 1994; vgl. dazu auch Weischenberg 2018: 209ff.). Und schließlich auf all das, was Kommunikator-, Qualitäts-, Glaubwürdigkeits- und

Nachrichtenforschung sowie die Studien zur Auslandsberichterstattung und zur Rolle der Nachrichtenagenturen in den vergangenen Jahrzehnten an kritischen Befunden zusammengetragen haben.[13] Da wurde eine Menge der Probleme bearbeitet, die nun aktuell neue Sichtbarkeit gewinnen. Die Forderung nach mehr Vielfalt in den Redaktionen und in den Wirklichkeits-Konstruktionen (vgl. Merten et al. 1994) gehört zentral dazu und allgemein das Grundproblem, die Organisation des Mediensystems in einer kapitalistischen Gesellschaft so zu gestalten, dass es demokratischen Ansprüchen gerecht werden kann.

Klöckner liefert zu diesen Sujets einen Text im polemischen Dauer-Stakkato. Ziemlich unklar bleibt dabei bis zum Schluss, ob es sich vorsätzlich um Satire handeln soll (die bekanntlich alles darf) oder doch um die Textsorte ›Sachbuch‹, die selbst Konsistenz-Tests unterliegt, Widerspruchsfreiheit beweisen muss und Faktenchecks unterworfen wird – etwa, wenn es um ein solch ernstes Thema wie die Covid-19-Pandemie geht und hier insbesondere um die Frage, wie man die Bevölkerung (durch Impfung) schützen kann.

Schlechte Nachrichten für den Journalismus (in Form von Medienkritik) gibt es, seit es Journalismus gibt (vgl. Weischenberg 2015), aber noch schlechtere als in diesem Buch kann man heute wohl kaum irgendwo finden – wobei das rigorose Gesamturteil im Untertitel (›Tod der Meinungsfreiheit‹) offenbar nicht einmal von jemandem wie Jens Wernicke geteilt wird: »Im öffentlichen Diskurs – so er denn stattfindet – ist die Meinungsfreiheit noch weitgehend gewährleistet«, meint er (Wernicke 2017: 333).

Klöckner versucht sein rigoroses Urteil hier u. a. durch ein Streitgespräch zwischen Norbert Bolz und Harald Welzer zu belegen, das im Juni 2021 vom Sender Phoenix ausgestrahlt wurde. Medienwissenschaftler Bolz, der früher eine Reihe von interessanten Büchern geschrieben hat und seit langem als Vortragsredner begehrt ist, war zu diesem Zeitpunkt schon dadurch aufgefallen, dass er inzwischen eigenwillige Ansichten zu den Kommunikationsverhältnissen in der Republik vorträgt. Obwohl der gelernte Philosoph eigentlich einen aufklärerischen Anspruch erhebt und sich gut in der Systemtheorie auskennt, polemisiert er seit einigen Jahren generell gegen alle Formen von Political Correctness und das Mainstreaming des ›Gutmenschentums‹ in den Medien. Im Besonderen geht es ihm um die vielen ›Oberlehrer‹ im Journalismus; im Schweizer Fernsehen attackierte er den »medialen Pranger« und Sendungen wie das *Heute Journal*. Dies alles kommt bei der AfD gut an, und deshalb ist er mit einem einschlägigen Vortrag auch bei deren Desiderius-Erasmus-Stiftung aufgetreten, die von Erika Steinbach geleitet wird.[14]

13 Vgl. z. B. Weischenberg 2002 [1995]; insbes. S. 152 ff., 293 ff.; Weischenberg et al. (Hrsg.) 2006a sowie auch: Forschungsgruppe zu Propaganda in Schweizer Medien (2017); Altschull (1984): Steffens [Stefan Zickler] (1969).

14 Auf Youtube kann man diesen Auftritt besichtigen.

Unter dem vielversprechenden Titel »Jeder kann jederzeit alles sagen – Ja, und schon ist die Rübe ab!« hat sich Klöckner eingehend mit dieser Sendung beschäftigt – nicht zuletzt, um seine apokalyptische These zu untermauern. Die Eröffnung klingt hier zunächst recht plausibel: »Der Gradmesser der Meinungsfreiheit ist nicht, was auf einem Blog mit fünfzig Lesern sagbar ist, sondern, was dort sagbar ist, wo sich eigentlich die Mitglieder eines pluralistisch verfassten Gemeinwesens in einer Demokratie artikulieren sollen.« Die Frage ist dann nur, ob man behaupten kann, dass in den ›Massen-Medien‹ tatsächlich vieles ›unsagbar‹ ist – ein Vorwurf, mit dem man bei Bolz, wie sich auch bei dieser Gelegenheit zeigte, offene Türen einrennt. Soziologe Welzer, in Hinblick auf Medien und Journalismus keineswegs unkritisch, erlaubte sich nun, u. a. mit folgenden Worten dagegen zu halten:

> »Meinungsfreiheit bedeutet ja schon, dass man das, was ich jetzt hier sage, von Herrn Bolz oder vielen anderen Zuschauerinnen und Zuschauern und so weiter durchaus kritisieren lassen kann. Das halte ich auch aus. […] Dieses ist ja nach wie vor in unserem Land gegeben.«

Wer die Sendung gesehen hat, wird sich erinnern, dass sich Welzer mit weiteren Argumenten gegen Pauschalurteile wehrte, dabei aber stets einräumte, dass die Kommunikationsverhältnisse alles andere als ideal sind. Doch damit konnte er bei dem Autor des Buchs *Zombie-Journalismus* überhaupt nicht punkten. Der will den ›Star-Soziologen‹ und ›Vorzeigeintellektuellen‹ hier bei der Berufsehre packen und spricht ihn sehr direkt und sehr persönlich an. Angesichts der Tatsache, dass fast die Hälfte der Bevölkerung Angst habe, ihre Meinung zu äußern, müsse man doch die Realitäten anerkennen: »Da könnte man durchaus – vor allem als Soziologe! – darauf kommen, dass wir es hier mit einem vom ›rechten Spektrum‹ losgelösten Problem zu tun haben.« Die Soziologie müsse »endlich mal in die Pötte« kommen und das machen, »was sie eigentlich soll: Macht-, Herrschafts- und real vorhandene Unterdrückungsverhältnisse zu analysieren und mit dem entsprechenden Nachdruck auch öffentlich zu kritisieren« (Klöckner 2021: 15 f.).

Das Ergebnis dieser Analyse und Kritik steht für Klöckner freilich fest: Er fordert (wie die ganze AMK) ein neues System für Medien und Journalismus – vielleicht für die Gesellschaft im ganzen. Wie das System aussehen soll, bleibt freilich vage. Aber bei diesem Thema wird es auch wirklich: schwierig.

3. Apocalypse Now: Droht durch Corona der ›Zombie-Journalismus‹?

Lauterbach und Lauterbach und Lauterbach…

Noam Chomsky stellt für die aktuellen Diskurse der AKM auch dadurch Vorlagen bereit, dass er auf die spezifische Beziehung zwischen Journalismus und Wissenschaft aufmerksam gemacht hat, die sich während der Pandemie – jedenfalls, was Virologie und Epidemiologie angeht – so eng wie noch nie entwickelte. Journalisten arbeiteten deshalb eng mit den Universitäten zusammen, weil »es sich bei den Medien um eine Art ideologisches System handelt«, erklärt Chomsky dazu. Insbesondere im Fall von bestimmten anspruchsvolleren Themen müsse man als Journalist »natürlich bei den großen Unis anklopfen, um einen Experten zu finden, der Ihnen sagt, was Sie schreiben sollen« (Chomsky 2017: 110). Beim Thema ›Covid-19‹ bedeute dies in Deutschland, so moniert Klöckner voller Zynismus, aber nicht Empirie-fern, dass die Expertenstühle in den Polit-Talkshows von vornherein alle vergeben seien:

> »Weder Wodarg noch [der ›Corona-Unternehmer‹ und ›Jebsen-Promotor‹ Michael] Ballweg, noch sonst irgendjemand, der die Angst und Panik so, wie es angebracht wäre, relativieren wollte, hätte in einer der Polit-Talkshows sitzen können. Die Stühle waren nämlich besetzt. Hauptsächlich von Karl Lauterbach, von Karl Lauterbach und von Karl Lauterbach. Und dann war da auch noch Karl Lauterbach, Karl Lauterbach und nicht zu vergessen: Karl Lauterbach. (Klöckner 2021: 106.)

Insbesondere bei seiner Abrechnung mit der Corona-Berichterstattung macht Klöckner in der Rolle des Wutbürgers ohnehin keine Gefangenen. Auf der Strecke bleiben dann z. B. die »ehemals großartige« taz und insbesondere der von Klöckner eigentlich »sehr geschätzte« Stephan Hebel (FR), weil der sich erdreistet hatte, die Kultur-Promis mit ihrem umstrittenen (hier passt das von Klöckner bekämpfte Wörtchen wirklich) Video *#allesdichtmachen* zu attackieren (Klöckner 2021: 66, 111). Der Verteidigung dieser Aktion und ihres Protagonisten, des Schauspielers Josef Liefers, wird in diesem Buch viel Raum gewidmet – ehe es dann am Ende sogar eine ›Ken-Jebsen-Ecke‹ gibt (Klöckner 2021: 108-153, 263-270).

Klöckner ist gewiss kein ›Corona-Leugner‹. Deutlich übertrieben ist aber seine Abrechnung unter dem kategorischen Titel »Journalismus in Corona-Zeiten: ein Totalausfall«. Berechtigt wäre gewiss die Kritik, dass hierzulande (anders als z. B. in Südafrika) zu viele der politischen Maßnahmen inkonsistent und der Kommunikationen in Politik und Medien kryptisch waren. Dazu gehört auch, dass der Begriff ›Lockdown‹ zwar inflationär, aber meistens schief verwendet wurde. Doch mit solchem Tadel gibt sich Klöckner nicht zufrieden, sondern lässt sich bei seiner selektiven und auch redundanten Kritik sehr weit tragen. Bisweilen zielt

diese auch völlig daneben, etwa, wenn im Zusammenhang mit dem Impfen vom »Arier-Nachweis« die Rede ist (Klöckner 2021: 36 ff., 156).

Andererseits erscheint eine Reihe der präsentierten Beispiele zu den Schieflagen und Ungleichgewichten der Berichterstattung durchaus zwingend, so dass die Rede vom ›Elend der Medien‹ hier sogar berechtigt erscheint. Beim ›schwierigen‹ Thema ›False Balance‹ – der angeblich unangemessenen gleichen Gewichtung von ›Außenseiter-Meinungen‹ in den Medien (Beispiel: der Virologe Hendrik Streeck) – hat übrigens *Bild* mitgezogen; auch das Boulevardblatt vertritt die Auffassung, dass mit Hilfe dieser Formel unliebsame, kritische Forscher, die nicht dem Mainstream der ›Zero-Covid‹-Verfechter zuzurechnen sind, mundtot gemacht werden sollten (o. V. 2021).

Wirklich streiten kann man über die generelle Aussage, »unsere ›Leitmedien‹« kämen »ihrer Aufgabe, den Diskurs innerhalb der Öffentlichkeit abzubilden, nicht mehr nach. Die gesamte Pandemie ist gekennzeichnet durch die Abwesenheit dieses echten Diskurses.« Es wird nicht wenige Zuschauerinnen und Zuschauer geben, die entgegnen würden, dass solche Diskurse – auch mit ›Außenseitern‹ wie den Virologen Hendrik Streeck, Jonas Schmidt-Chanasit und Alexander Kekulé – z. B. in der Talkshow *Markus Lanz* regelmäßig stattgefunden haben. Gewiss: Leute wie Wolfgang Wodarg, Michael Ballweg oder gar Ken Jebsen tauchten dort (vielleicht ja aus guten Gründen?) nicht auf.

Gleich zu Beginn seines Buchs hatte Marcus Klöckner (auch hier per direkter Ansprache) mit folgendem Sturmangriff auf die journalistischen Profis Zweifel an seiner Kritik abgeräumt:

> »Sagen wir es doch geradeheraus: Mit ›objektiv‹ und mit ›weltbestem Journalismus‹ hat das, was viele von euch Journalisten in der Pandemie abgeliefert haben, so viel zu tun wie die ›aufgepeppten‹ Geschichten des Kreativreporters Claas Relotius mit seriösem Journalismus: nichts. Der Journalismus unserer Zeit ist, auch wenn ihr das nicht hören wollt, zu einem Zombie geworden. […] Der Zombie-Journalismus ist das genaue Gegenteil, wofür Journalismus stehen sollte: Objektivität, Sachlichkeit, Neutralität, Ausgewogenheit, Meinungsvielfalt. Die grundlegende Entwicklung von einem Journalismus, der nicht ›sagt, was ist‹, sondern sagt, was sein soll, ist seit Langem zu beobachten. Die Schamlosigkeit, mit der nicht mehr nur einzelne Journalisten, sondern Redaktionen gleich reihenweise Journalismus zur Durchsetzung ihrer Weltbilder missbrauchen, kann man nur noch als journalistische Schande bezeichnen« (Klöckner 2021: 11 f.).

›Im tiefsten Dreck der Modernen Medienlandschaft‹

Auf den Schultern des Riesen Noam Chomsky hat Michael Meyen nun noch schnell ein Werk folgen lassen, das einem Endzeit-Frame gerecht zu werden versucht, und zwar nicht nur beim Titel. Ursprünglich sollte dieser schlicht »Die Medien-Matrix« lauten, so berichtet der Verfasser. Doch *Rubikon*-Herausgeber

Jens Wernicke habe auf *Die Propaganda-Matrix* bestanden: »Sonst verkauft sich das nicht«. An den Verkauf hat man natürlich auch beim Klappentext gedacht. Und da lesen wir ganz oben die Sätze:

> »Der Journalismus ist tot. Mit oder an Corona gestorben, nach langem Siechtum. Schon vorher war die ›vierte Gewalt‹ schwer krank, hing arbeitsunfähig und durchseucht von Politik am Tropf der Industrie. Das Virus hat dem Patienten nur den finalen Schlag versetzt. Im Untergang bekämpft der Medien-Mainstream alle bis aufs Messer, die seinen Job übernehmen könnten. Es wird verboten, verleumdet, zensiert und gelöscht. Wer die falschen Fragen stellt, wird zum Schweigen gebracht.«

So etwas vernehmen Studierende der Journalistik und Kommunikationswissenschaft gewiss mit großer Begeisterung. Da gibt es natürlich Legitimationsbedarf, und dem hat der Autor – der mit seiner Präsenz auf nahezu allen Kanälen schon seit einiger Zeit unter Beweis stellt, wie gut er die Generierung von Aufmerksamkeit selbst beherrscht – gleich multimedial gerecht zu werden versucht: Mit einem ›*Rubikon*-Exklusivinterview‹, einem pünktlich zum Erscheinen des Werks in seinem Büro (vor der obligatorischen Bücherwand) geführten Gespräch, das sofort auf Youtube präsentiert wurde (28.8.2021), sowie in einem Buch-Auszug, der im Online-Medium *multipolar* erschien; dazu gibt es dann noch freundliche Leser-Kommentare sowie Pressestimmen aus befreundeten Quellen (vgl. Meyen 2021b; Gratias 2021). Da soll noch jemand sagen, dass sich die AMK nicht auf das Mediengeschäft unter den herrschenden Bedingungen versteht. Kein Wunder, dass z. B. der *Rubikon*-Verlag nach eigenen Angaben einschlägige Bestseller am Fließband produziert, die bei Amazon fleißig und durchweg enthusiastisch rezensiert werden.

Die beiden Interviews erfüllen freilich nicht gerade die Kriterien des ansonsten eingeforderten kritischen Journalismus; man fühlt sich wie im Streichel-Zoo – etwa, wenn es wegen der ›Propaganda-Matrix‹ um die angeblich düstere Zukunft geht und dazu nachher charmant berichtet wird: »Warum strahlt Michael Meyen dann beinahe in die Kamera, während er mit Jens Lehrich spricht? Den Gesichtsausdruck eines Menschen, der im tiefsten Dreck der Modernen Medienlandschaft wühlt, stelle ich mir anders vor« (Gratias 2021).

Seinen weitgefassten Propaganda-Begriff stellte Meyen in dem freundlichen Büro-Gespräch zum Thema »Journalismus mit oder an Corona gestorben« unter Rekurs auf seine DDR-Erfahrungen vor, die er vor einiger Zeit gleichfalls in Buchform aufgearbeitet hatte (Meyen 2020a). Was da im Moment passiere, sei ihm deshalb ziemlich vertraut, berichtet er. Seine Begegnung mit einem Gleichgesinnten übertrifft – was die Rolle des Gesprächspartners angeht, der den Plausch mit Kopfnicken oder verständnisvollem Lächeln begleitet – sogar noch das »eines Pulitzer-Preises würdige Interview«, welches Ingo Zamperoni in den

Tagesthemen mit Bill Gates geführt hat; so bissig qualifizierte der Autor des Buchs *Zombie-Journalismus* hier die Leistung des Moderators (Klöckner 2021: 278).

Bei seinem Versuch, ›Medien-Propaganda‹ in Ost und West zu parallelisieren, hat sich Meyen aber vorsichtshalber zunächst mal von der ›Presseformel‹ des Wladimir Iljitsch Uljanow, auf den Chomsky ja gerne rekurriert, verabschiedet (vgl. dazu auch: Meyen 2020c), um dem Meister dann aber um so entschiedener auf den Spuren des Walter Lippmann und des PR-Gurus Edward Bernays zu folgen. Doch auch hier erweist er sich selbst als Spin-Doktor – z. B. bei den schon erwähnten Stichworten ›Stereotype‹ und ›Funktion von Nachrichten‹. Die Darstellung passt nicht richtig zu Lippmanns Text, wird aber (für die AMK) passend gemacht. Etwa durch einen Satz wie diesen: »Wir sehen nur, was uns die Bilder in unserem Kopf sehen lassen. Russland auf Expansionskurs. Die USA als Hort der Menschenrechte. SARS-CoV-2 als Killervirus.« Und dann folgt eine nicht untypische salvatorische Klausel: Wer mag, der könne »aus Walter Lippmann einen frühen Journalismuskritiker« machen (Meyen 2021b). Dem würde wohl nicht einmal Noam Chomsky folgen. Nein, Lippmann war als ›Kommunikationswissenschaftler‹ ein (früher) Analytiker der Strukturen und Funktionen von Medien und Journalismus.

Michael Meyen schließt mit dem autobiographischen Bekenntnis: »Meine symbolische Sinnwelt ist 1989/90 untergegangen. Und das, was nach ihr kam, muss mich erst noch überzeugen« (Meyen 2021b). Das klingt gar nicht so apokalyptisch und passt auch nicht zu dem Anspruch, auf der Basis von vielen Gesprächen Munition für eine alternative Medienkritik zu sammeln, die – zumal im ›Corona-Zeitalter‹ – kein gutes Haar am real existierenden Journalismus lässt.

Vielleicht passt das Wörtchen ›schwierig‹ (im ursprünglichen Wortsinn) doch, wenn es um die Empirie der Kritik an Medien und Journalismus geht – vor allem, wenn man dabei mit einem ambitionierten Frame operieren will, der eigentlich ›Apocalypse Now‹ heißen müsste. Sollte die sonst so friedliebende AMK also nicht doch besser durch (sprachliche) Abrüstung zum Diskurs beitragen?

Über den Autor

Dr. Siegfried Weischenberg arbeitete zunächst jahrelang als Redakteur und Reporter, ehe er an die Hochschule wechselte – zunächst, um Journalistinnen und Journalisten auszubilden. Nach einer Journalistik-Professur an der Universität Dortmund (1979-1982) wurde er auf Lehrstühle an der Universität Münster (1982-2000) und der Universität Hamburg (2000-2014) berufen, um dort

Kommunikationswissenschaft und Mediensoziologie zu lehren. Er lebt jetzt in Hamburg und Port Alfred (Südafrika). Kontakt: weischenberg@gmail.com

Literatur

Altschull, Herbert (1984): *Agents of Power. The Role of the News Media in Human Affairs*. New York: Longman.

Benzinger, Josef-Paul (1980): *Lokalpresse und Macht in der Gemeinde.* Nürnberg (Nürnberger Forschungsberichte Bd. 15).

Bourdieu, Pierre et al. (1997): *Das Elend der Welt. Studienausgabe.* Konstanz: UVK.

Buhl, Dieter (1974): Ein Staatsmann unter Journalisten. Amerikas größter Kommentator war schon zu Lebzeiten eine Legende, in: *Die Zeit* v. 20.12.1974.

Chomsky, Noam (2006): *Media Control. Wie die Medien uns manipulieren*. München/Zürich: Piper.

Chomsky, Noam (2017): Der Mythos der freien Presse. In: Wernicke, Jens: *Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die öffentliche Meinung (Das Medienkritik-Kompendium)*. Frankfurt/M.: Westend, S. 107-122.

Clark, Christopher (2013): *Die Schlafwandler. Wie Europa in den Ersten Weltkrieg zog*. München: DVA.

Demmelhuber, Sandra (2020): Ken Jebsen als Quelle – Wie soll Wissenschaft sein? In: *Bayerischer Rundfunk*, 15.7.2021; abrufbar unter https://www.br.de/nachrichten/bayern/ken-jebsen-als-quelle-wie-soll-wissenschaft-sein,SZwAIJN

d'Inka, Werner (2020): Sind alle Journalisten Versager?, in: *Frankfurter Allgemeine* v. 18.4.2020.

Enzensberger, Hans Magnus (1971): Bewußtseins-Industrie, in: ders.: *Einzelheiten I – Bewußtseins-Industrie.* Frankfurt/M.

Forschungsgruppe zu Propaganda in Schweizer Medien (2017): Wie globale Nachrichtenagenturen und westliche Medien Propaganda verbreiten, in: Wernicke, Jens: *Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die öffentliche Meinung. (Das Medienkritik-Kompendium).* Frankfurt/M.: Westend, S. 154-177.

Gerster, Petra; Nürnberger, Christian (2017): *Die Meinungsmaschine. Wie Informationen gemacht werden – und wem wir noch glauben können*. München: Ludwig.

Gratias, Elisa (2021): Die Propaganda-Matrix. Im *Rubikon*-Exklusivinterview erklärt Professor Michael Meyen, warum der Kampf für freie Medien über unsere Zukunft entscheidet, in: *Rubikon* v. 10.7.2021; abrufbar unter https://www.rubikon.news/artikel/die-propaganda-matrix

Hanitzsch, Thomas et al. (Hrsg.) (2020): *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer VS.
Herman, Edward S.; Chomsky, Noam (1988): *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
Herr, Wolfgang (1961): Walter Lippmann – Journalist seiner Klasse, in: *Zeitschrift für Journalistik*, 2(4), S. 423-51.
Herzfeld, Hans (1980): Erster Weltkrieg und Friede von Versailles, in: Mann, Golo (Hrsg.): *Weltgeschichte, Neunter Bd.* Frankfurt a.M./Berlin: Ullstein.
Kershaw, Ian (2015): To Hell and Back. Europe, 1914-1949. London: Penguin.
Kleber, Claus (2017): *Rettet die Wahrheit*. Berlin: Ullstein.
Klöckner, Marcus (2017): Medienkritik: Das große Staunen, in: *NachDenkSeiten* v. 24.11.2017; abrufbar unter https://www.nachdenkseiten.de/?p=41238
Klöckner, Marcus (2019): *Sabotierte Wirklichkeit. Oder: Wenn Journalismus zur Glaubenslehre wird*. Frankfurt/M. 2019: Westend.
Klöckner, Marcus (2020): *Süddeutsche*: Anklageschrift in Nachrichtenform gegen kritischen Professor. In: *Telepolis* v. 1.6.2020; abrufbar unter: https://heise.de/-4770614
Klöckner, Marcus (2021): *Zombie-Journalismus. Was kommt nach dem Tod der Meinungsfreiheit?* München: Rubikon.
Krass, Sebastian (2020): Ein Blog, der Unmut auslöst, in: *Süddeutsche Zeitung* v. 25.5.2020.
Krüger, Uwe (2016): *Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen*. München: C.H. Beck.
Krüger, Uwe (2017): Warum den Medien nicht zu trauen ist. In: Wernicke, Jens: *Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die öffentliche Meinung (Das Medienkritik-Kompendium)*. Frankfurt/M.: Westend, S. 123-133.
Lilienthal, Volker; Neverla, Irene (Hrsg) (2017): *Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
Lippmann, Walter (1965)[1922]): *Public Opinion*. New York: The Free Press.
Merten, Klaus et al. (Hrsg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Meyen, Michael (2018a): *Breaking News: Die Welt im Ausnahmezustand. Wie uns die Medien regieren*. Frankfurt/M.: Westend.
Meyen, Michael (2018b): Ken Jebsen und das Establishment, in: Michael Meyen (Hrsg.): *Medienrealität* 2018; abrufbar unter https://medienblog.hypotheses.org/2668.
Meyen, Michael (2020a): *Das Erbe sind wir. Warum die Leipziger Journalistik zu früh beerdigt wurde. Meine Geschichte*. Köln: Herbert von Halem.
Meyen, Michael (2020b): Kontroverse um »Medienrealität« , in: Meyen, Michael (Hrsg.): *Medienrealität*; abrufbar unter https://medienblog.hypotheses.org/9621

Meyen, Michael (2020c): Lenin vs. Öffentlichkeit, in: Michael Meyen (Hrsg.): Medienrealität 2020; abrufbar unter https://medienblog.hypotheses.org/9682
Meyen, Michael (2021a): *Die Propaganda-Matrix. Der Kampf für freie Medien entscheidet über unsere Zukunft* München: Rubikon.
Meyen, Michael (2021b): Warum ich von Propaganda spreche, in: *multipolar*, 7. August 2021, abrufbar unter https://multipolar-magazin.de/artikel/warum-ich-von-propaganda-spreche
Mills, C. Wright (2000 [1956]): *The Power Elite*. Oxford/New York: Oxford Univ. Press.
Mills, C. Wright (2000 [1959]): *The Sociological Imagination*. Oxford/New York: Oxford Univ.Press.
von Mirbach, Alexis; Meyen, Michael (2021): *Das Elend der Medien. Schlechte Nachrichten für den Journalismus.* Köln: Herbert von Halem.
Münkler, Herfried (2013): *Der Große Krieg. Die Welt 1914-1918.* Berlin: Rowohlt.
o.V. (2021): Die große Corona Analyse: So sollten Regierungs-Kritiker mundtot gemacht werden, in: *Bild Deutschland* v. 7.9.2021, S. 4 f.
Reed, John [Originalausgabe: 1921/1920]: *Zehn Tage, die die Welt erschütterten. Reportage aus der Mitte der russischen Oktoberrevolution*. Norderstedt: Kallisto (E-Book).
Rötzer, Florian: SZ schließt sich Kampagne gegen linken Kommunikationswissenschaftler an, in: *Telepolis* v. 30.5.2020; abrufbar unter: https://heise.de/-4770227
Schwilk, Heimo; Schacht, Ullrich (Hrsg.) (1994): *Die selbstbewußte Nation.* Frankfurt/Berlin: Ullstein.
Steel, Ronald (1980): *Walter Lippmann and the American Century*. Boston/Toronto: Little, Brown & Company.
Steffens, Manfred [Stefan Zickler] (1969): *Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen, Redaktionen, Journalisten*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
Strauß, Botho (1994): Anschwellender Bocksgesang. In: Schwilk, H. ; Schacht, U. (Hrsg.): *Die selbstbewußte Nation.* Frankfurt/Berlin: Ullstein, S. 19-40.
Trotzki, Leo (1930): *Mein Leben. Versuch einer Autobiographie.* Berlin: S. Fischer.
Tuchman, Barbara (1982[1958]): *Die Zimmermann-Depesche*. Bergisch-Gladbach: Bastei/Lübbe.
Tuchman, Barbara (1984): *August 1914. Der Ausbruch des Ersten Weltkriegs.* Bergisch-Gladbach: Bastei/Lübbe.
Ulfkotte, Udo (2001): *So lügen Journalisten. Der Kampf um Quoten und Auflagen*. München: C. Bertelsmann.
Ulfkotte, Udo (2014): *Gekaufte Journalisten. Wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands Massenmedien lenken*. Rottenburg: Kopp.
Weischenberg, Siegfried (1987): Diener des Systems. Wenn Journalisten den Politikern zu nahe kommen, in: *Die Zeit* Nr. 14 v. 27.3.1987, S. 13-17.

Weischenberg, Siegfried (1995): *Journalistik, Bd. 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Weischenberg, Siegfried et al (2006a): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die deutschen Journalisten.* Konstanz: UVK.
Weischenberg, Siegfried et al. (Hrsg.)(2006b): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung.* Konstanz: UVK.
Weischenberg, Siegfried (2012): *Max Weber und die Entzauberung der Medienwelt. Theorien und Querelen – eine andere Fachgeschichte*. Wiesbaden: Springer VS.
Weischenberg, Siegfried (2014): *Max Weber und die Vermessung der Medienwelt. Empirie und Ethik des Journalismus – eine Spurenlese.* Wiesbaden: Springer VS.
Weischenberg, Siegfried (2015): Sollten Journalisten ›belangbar‹ sein? , in: *rezensionen:kommunikation:medien*, 13. November 2015, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/18688
Weischenberg, Siegfried (2018): *Medienkrise und Medienkrieg. Brauchen wir überhaupt noch Journalismus?* Wiesbaden: Springer.
Wernicke, Jens (2017²): *Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die öffentliche Meinung (Das Medienkritik-Kompendium).* Frankfurt/M.: Westend.
Wolkogonow, Dimitri (2017 [1993]): *Lenin. Utopie und Terror.* Berlin: edition berolina.
Wolz, Dieter (1979): *Die Presse und die lokalen Mächte. Eine empirische sozialwissenschaftliche Untersuchung über Pressekonkurrenz und Herrschaft in der Gemeinde*. Düsseldorf: Droste.
Zoll, Ralf (1974): *Wertheim III. Kommunalpolitik und Machtstruktur.* München: Juventa.

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
Heft 3/2021, S. 219-239
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

HERBERT VON HALEM VERLAG

Aufsatz

Jana Rick

Journalist*innen im Unruhestand

Eine Bestandsaufnahme von Rentner*innen im Journalismus in Zeiten der Prekarisierung und der Corona-Pandemie

Abstract: **Journalistisch tätige Rentner*innen blieben bisher in der Forschung weitgehend unbeachtet. Doch Studien liefern Hinweise darauf, dass diese Akteursgruppe in Deutschland einen Großteil freiberuflicher Journalist*innen ausmacht, weshalb es gilt, die Rentner*innen in den Untersuchungsfokus zu rücken. Der vorliegende Beitrag basiert auf einer Befragung von 102 Journalist*innen aus ganz Deutschland, die Rente beziehen und im Journalismus haupt- oder nebenberuflich tätig sind. Die Daten ermöglichen eine erste Beschreibung von Rentner*innen im Journalismus und geben Auskunft über ihre soziodemografischen Merkmale, Arbeitssituation und Arbeitsbedingungen. Die Ergebnisse zeigen, dass viele der Rentner*innen aus Leidenschaft im Journalismus arbeiten. Die Daten liefern jedoch auch Hinweise darauf, dass einige Rentner*innen unter anderem aus finanzieller Notwendigkeit berufstätig sind. Die Erkenntnisse zu Rentner*innen im Journalismus werden in zehn Thesen zusammengeführt.**

Freiberufliche Journalist*innen sind aus dem Journalismus nicht mehr wegzudenken (vgl. u.a. Eber 2020; Steindl et al. 2018). Sie stemmen einen großen Teil der Berichterstattung, übernehmen Termine und unterstützen festangestellte Journalist*innen (vgl. Eber 2020; Wagner/Möhring 2020a). Dass ein beachtlich großer Teil der freiberuflichen Journalist*innen aus Rentner*innen besteht, zeigt eine Studie zu »Freien im Lokalen« (Wagner/Möhring 2020b). Diese Ergebnisse gehen einher mit der allgemein steigenden Tendenz im Rentenalter (65+) noch erwerbstätig zu sein (vgl. Bundesagentur für Arbeit 2019: 4; Brenke 2013: 3). Die Erwerbsneigung Älterer liegt in Deutschland sogar über dem

EU-Durchschnitt (vgl. Bundesagentur für Arbeit 2019: 9). Vereinzelte Daten zu Rentner*innen im Journalismus geben Hinweise auf Altersdiskriminierung (vgl. Percival 2019: 19; Zion et al. 2016b: 132; Zion et al. 2018: 17) in der Medienbranche, auf die Problematik der Altersversorgung von freiberuflichen Journalist*innen (vgl. Meyen/Springer 2009: 23; Weichler 2003: 170) und die Frühverrentung als Strategie des Stellenabbaus (Meyen/Springer 2009: 74; Usher 2010: 915; Zion et al. 2016). Weichler (2003: 170) schreibt sogar, dass es offensichtlich sei, »dass der freie Journalist bis zum Tode weiter arbeiten muss, wenn er nicht gerade erbt, beim Glücksspiel gewinnt oder einen wohlhabenden Lebenspartner findet.« Somit könnte die hohe Anzahl an Rentner*innen im Journalismus auch als Indiz für eine zunehmend von Prekarisierung geprägte Branche gesehen werden. Andersherum könnten Rentner*innen aufgrund der prekären Verhältnisse dazu gezwungen werden, im fortgeschrittenen Alter noch zu arbeiten. Hinzu kommt, dass Redaktionen möglicherweise aufgrund des Personalmangels auf die Unterstützung ehemaliger, nun Rente beziehender Journalist*innen angewiesen sind.

All das zeigt, dass die Thematik der Alterserwerbstätigkeit im Journalismus vielseitig ist und gleichzeitig mit einer Reihe an krisenhaften Entwicklungen in der Arbeitswelt von Journalist*innen in Verbindung gebracht werden kann. Im Fokus einer eigenen Studie standen journalistisch tätige Rentner*innen jedoch noch nie. Es liegen kaum Zahlen oder sonstige Informationen zu diesen Akteur*innen im Journalismus vor, man kann sie als unterforschte Gruppe bezeichnen. Der vorliegende Beitrag soll diese Forschungslücke füllen und erste empirische Daten zu Rentner*innen im Journalismus sammeln und präsentieren.

1. Rentner*innen im Journalismus: Eine Systematisierung bestehender Literatur

Wagner und Möhring (2020a,b) machen in ihrer Studie zu freiberuflichen Journalist*innen im Lokaljournalismus auf die sogenannten »Senior-Quereinsteiger*innen« aufmerksam. Diese seien im Durchschnitt 64 Jahre alt und in erster Linie Rentner*innen und Pensionär*innen (vgl. Wagner/Möhring 2020b). Sie haben in der Regel kein Volontariat im Journalismus abgeschlossen (ebd.). Die Senior-Quereinsteiger*innen arbeiten laut der Studie eineinhalb Tage pro Woche in der Lokalredaktion, sind zu zwei Dritteln männlich und verdienen im Durchschnitt 496 Euro monatlich (ebd.)

Die »Nebenbei-Journalist*innen« derselben Studie sind hauptsächlich Frauen und Männer in Pension oder Rente. Im Gegensatz zu den Senior-Quereinsteiger*innen haben sie ein Volontariat absolviert und sind im Schnitt 60 Jahre alt (vgl. Wagner/Möhring 2020b: o.S.). Diese Gruppe an Journalist*innen würde

im Durchschnitt monatliche Einkünfte von 660 Euro erzielen, also etwas mehr als die Senior-Quereinsteiger*innen. Die Studie kommt weiter zum Ergebnis, dass insgesamt fast ein Viertel der Freien im Lokalen über 65 Jahre alt ist (vgl. Wagner/Möhring 2020a). Hinweise darauf, warum diese beiden Gruppen an Rentner*innen im Journalismus tätig sind, lassen sich der Studie nicht entnehmen.

Motive für die journalistische Erwerbstätigkeit können hingegen bei einer Gruppe an Rentner*innen vermutet werden, die an dieser Stelle als »prekäre Rentner*innen« bezeichnet werden sollen. Diese sind in erster Linie selbstständig im Journalismus tätig. Bei ihnen ergibt sich durch die Freiberuflichkeit das Problem der Altersvorsorge. Meyen und Springer (2009: 23) bringen es mit folgendem Zitat auf den Punkt: »Wer wenig verdient, zahlt auch wenig in die gesetzliche Rentenversicherung ein.« Es kann also vermutet werden, dass viele Rentner*innen nach wie vor freiberuflich im Journalismus tätig sind, weil sie aus finanziellen Gründen keine andere Wahl haben. Auch eine Studie des DJV (2009: 16-17) weist darauf hin, dass viele freiberufliche Journalist*innen aufgrund niedriger Einkommen und hoher finanzieller Belastung, wie beispielsweise der Studienfinanzierung für Kinder, keine finanziellen Mittel mehr für eine Zusatzrente aufwenden können. Auch daraus lässt sich schließen, dass die zunehmend prekären Verhältnisse im Journalismus es notwendig machen, dass Rentner*innen (noch) arbeiten. An dieser Stelle muss jedoch auch angemerkt werden, dass sich die hier vorgestellten Gruppen an Rentner*innen im Journalismus nicht strikt voneinander trennen lassen, sondern dass Überschneidungen möglich sind. Es kann beispielsweise durchaus sein, dass die Nebenbei-Journalist*innen aus finanziellen Gründen unfreiwillig im Journalismus arbeiten und somit auch den prekären Rentner*innen zuzuordnen sind.

Die Freiwilligkeit bzw. Unfreiwilligkeit der Rentner*innen erscheint im Hinblick auf eine mögliche Kategorisierung ein relevantes Kriterium zu sein, auf dessen Basis Gruppen an Rentner*innen erstellt werden könnten. Sie erscheint als eine mögliche Dimension, anhand derer man bestehende Erkenntnisse zu Rentner*innen im Journalismus eventuell sortieren kann: Rentner*innen, die freiwillig im Journalismus arbeiten, könnte man als »intrinsische journalistische Rentner*innen« bezeichnen, da sie ohne jeglichen Zwang beruflich tätig sind. Ihnen bereitet die journalistische Tätigkeit Freude, ihre Leidenschaft für den Journalismus ist also der Hauptgrund für die Berufstätigkeit im fortgeschrittenen Alter. Zu dieser Gruppe an Rentner*innen existieren jedoch nur wenige empirischen Befunde, die die Leidenschaft für Journalismus als Motivation, im Rentenalter zu arbeiten, widerlegen würden. Es liegen jedoch Hinweise vor, dass bei nebenberuflich freien Journalist*innen allgemein oftmals das Motiv der »Freude am Schreiben« überwiegt (Rinsdorf/Theiss 2020: 62).

»Frührentner*innen« hingegen werden genauso wie prekäre Rentner*innen zu ihrem Status als arbeitende Rentner*innen gedrängt. Belege für diese spezifische Gruppe finden sich in einer Reihe an Studien, in denen ehemalige Journalist*innen befragt wurden, die ihre Jobs verloren haben. In Zion et al. (2016, 2018) handelt es sich hierbei beispielsweise um Journalist*innen in Australien, denen gekündigt wurde und die daraufhin in Rente gegangen sind. In anderen Studien wird davon berichtet, dass ältere Journalist*innen aufgrund von Sparmaßnahmen der Medien aus ihren Stellen gedrängt werden, in Ushers Beitrag (2010: 919) wird in diesem Zusammenhang von »encouraged retirements« gesprochen. So beschreibt auch ein ehemaliger älterer Journalist in einer Studie von Percival (2019: 12) seine Situation wie folgt: »I have not actually retired, but I have been retired… It's a real shame because I feel I actually have a lot left to give« (Percival 2019: 12). Betreffen würde diese Form der erzwungenen Frührente vor allem Journalist*innen, die sich am Ende ihrer Karriere befinden (vgl. Cohen et al. 2019: 9). Bekannt über diese besondere Gruppe an Rentner*innen ist, dass sie hauptsächlich männlich und im Schnitt 51 Jahre alt sind (vgl. Zion et al. 2016b: 129; 2018: 17, 29). Damit sind sie um einiges jünger als die Rentner*innen, die in der Studie von Wagner und Möhring (2020b) beschrieben wurden, was wahrscheinlich daran liegt, dass sie eben verfrüht in Rente »geschickt« wurden oder aufgrund des Jobverlustes früher in Rente gegangen sind, als möglicherweise geplant. Ob die Gruppe der Frührentner*innen noch journalistisch aktiv ist, beispielsweise freiberuflich, wird in den Studien allerdings nicht erwähnt.[1]

In den zitierten Studien wird erwähnt, dass Rentner*innen hauptsächlich »nebenberuflich« im Journalismus arbeiten (vgl. Rinsdorf/Theiss 2020: 61; Wagner/Möhring 2020b: o.S.). Diese Zuschreibung mag durch die Arbeit in »relativ geringen Umfängen« zustande kommen (vgl. Wagner/Möhring 2020b). Generell werden hauptberufliche Journalist*innen in der Literatur als solche bezeichnet, wenn sie mehr als 50% ihres Einkommens aus journalistischen Tätigkeiten beziehen oder mehr als die Hälfte ihrer Arbeitszeit mit journalistischer Tätigkeit verbringen (vgl. Weischenberg et al. 2006: 36). In Bezug auf Rentner*innen ist diese Definition jedoch als kritisch zu betrachten, was im Folgenden näher erläutert werden soll. Es stellen sich beispielsweise die Fragen, ob die Rente in der Definition als »Einkommen« gesehen werden kann, ob das Rentendasein als Beruf gilt und ob die Zeit als Rentner*in somit als »Arbeitszeit« bezeichnet werden kann. Ist man beispielsweise Journalist*in im Nebenberuf, weil man im Hauptberuf Rentner*in ist? Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden,

1 Eine für diese Untersuchung nicht relevante, aber dennoch zu erwähnende Gruppe an Rentner*innen im Journalismus sind berufsunfähige Rentner*innen, die hauptberuflich im Journalismus tätig waren, aber beispielsweise aufgrund von gesundheitlichen Beeinträchtigungen nicht mehr in der Lage sind, zu arbeiten. Da in der Studie jedoch nur Rentner*innen befragt werden sollen, die noch journalistisch aktiv sind, wird dieser Typus in der Untersuchung nicht berücksichtigt.

dass ein Großteil der Rentner*innen nebenberuflich im Journalismus tätig ist, wie es auch die Studie von Wagner und Möhring (2020b) beweist. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass Rentner*innen viele Stunden wöchentlich im Journalismus tätig sind und/oder ein hohes Einkommen durch diese Tätigkeit erzielen. In der vorliegenden Studie konnten sich die Befragten deswegen selbst als haupt- oder nebenberuflich einstufen, wobei allerdings berücksichtigt werden muss, dass die Antworten der Rentner*innen hinsichtlich des Haupt- oder Nebenberufs somit auf ihrem eigenen subjektiven Selbstverständnis beruhen. Aus diesem Grund wurden während der Datenauswertung die Zuschreibungen mit den jeweiligen Arbeitszeiten und dem erzielten Einkommen verglichen. Es kann vermutet werden, dass jene, die angegeben haben, nebenberuflich im Journalismus tätig zu sein, mit einer weiteren bezahlten Tätigkeit mehr Einkommen erzielen und/oder nur hin und wieder einzelne Aufträge aus dem Journalismus annehmen. Umgekehrt kann bei einem Großteil der Rentner*innen davon ausgegangen werden, dass sie sich als Journalist*in im Hauptberuf sehen, da sie neben dieser bezahlten Tätigkeit keiner weiteren nachgehen. Möglicherweise sehen sich auch viele Rentner*innen als hauptberufliche*r Journalist*in, da das Einkommen aus dem Journalismus größer ist als die bezogene Rente. Vergleicht man haupt- und nebenberufliche Rentner*innen dieser Studie hinsichtlich ihres Einkommens und ihrer Arbeitszeit, so zeigt sich, dass die Zuordnung des Berufsstatus trotz möglicher Unklarheiten in der Definition durchaus plausibel und wahrheitsgetreu stattfand (siehe Absatz 4.2.).

2. Forschungsfragen und Ziele

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Prekarisierung des journalistischen Berufsfeldes (vgl. u.a. Gollmitzer 2014; Hanitzsch/Rick 2021) und der steigenden Erwerbstätigkeit von Rentner*innen in Deutschland (vgl. u.a. Bundesagentur für Arbeit 2019; Brenke 2013) lohnt es sich, Rentner*innen als Akteur*innen des Journalismus in das Blickfeld zu rücken. Ziel der Studie ist deswegen die Beschreibung der bislang wenig beachteten Gruppe, wobei Erkenntnisse geliefert werden sollen, die auf die Beantwortung folgender Forschungsfragen abzielen:

- FF1: Wer sind die Rentner*innen im Journalismus?
- FF2: Wie ist die Arbeitssituation der Rentner*innen?
- FF3: Unter welchen Bedingungen verrichten die Rentner*innen ihre Arbeit?

Der vorliegende Beitrag soll als erster Versuch gesehen werden, journalistisch tätige Rentner*innen statistisch zu erfassen und Merkmale über sie und ihre Arbeit herauszufinden. Die Daten sollen einen Einblick in die Arbeitswelt noch

journalistisch aktiver Rentner*innen geben und dabei Fragen bezüglich ihrer Merkmale, Arbeitssituation und ihren Arbeitsbedingungen beantworten. FF1 bezieht sich auf die Soziodemografie der Rentner*innen, während FF2 behandelt, bei welchen Medien und in welchem Beschäftigungsverhältnis sie im Journalismus tätig sind. Nachdem die Systematisierung bestehender Literatur Hinweise darauf lieferte, dass prekäre Verhältnisse im Journalismus dazu beitragen können, im fortgeschrittenen Alter noch erwerbstätig zu sein, sollen auch die Arbeitsbedingungen untersucht werden, unter denen die Rentner*innen ihre Arbeit verrichten (FF3). Die Erforschung der Arbeitsbedingungen journalistisch tätiger Rentner*innen soll sich dabei sowohl auf die Zeit vor als auch während der Corona-Pandemie beziehen und das Einkommen, die Arbeitszeiten, die Arbeitszufriedenheit und das Sicherheitsgefühl der Rentner*innen berücksichtigen. Die dritte Forschungsfrage ergibt sich zudem durch die Einbettung der Studie in ein laufendes Forschungsprojekt zur Prekarisierung im Journalismus, zu dem in Abschnitt 3 des Aufsatzes weitere Informationen folgen. An dieser Stelle muss jedoch angemerkt werden, dass die Studie nicht das Ziel verfolgt, alle im vorangegangenen Abschnitt angerissenen Aspekte im Detail zu untersuchen. Sie soll lediglich einen ersten Einblick in die Thematik geben und kann durch erste deskriptive Daten zu Rentner*innen im Journalismus als Ansatzpunkt für weitere Forschung angesehen werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die Daten, die für diese Untersuchung herangezogen werden, stammen aus einer deutschlandweiten Onlinebefragung von 1055 haupt- und nebenberuflichen Journalist*innen verschiedener Anstellungsbedingungen. Im Rahmen eines DFG-Projektes zur Prekarisierung im Journalismus (vgl. Hanitzsch/Rick 2021) wurden mithilfe der Unterstützung der Berufsverbände wie dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV) und der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju in ver.di) von Oktober bis Dezember 2020 Journalist*innen aus ganz Deutschland rekrutiert. Die Verteilung des Fragebogens lief in erster Linie über die Mitgliederverzeichnisse und Newsletter der Verbände, sowie über deren Social-Media-Kanäle. Nach der zweimonatigen Feldphase konnten über 1000 Journalist*innen erreicht werden, was nicht nur für die Berufsverbände als effiziente Multiplikatoren spricht, sondern auch für die hohe Relevanz der Thematik der Prekarisierung. Dennoch muss an dieser Stelle hinzugefügt werden, dass es sich bei der Befragung um keine repräsentative Erhebung handelt.

Im Prozess der Fragebogenkonstruktion wurde im Hinblick auf Prekarisierungstendenzen im Journalismus auf Literatur aus der Arbeitssoziologie (z.B. Amable 2006; Fuchs 2006) zurückgegriffen. Gleichzeitig orientieren sich viele

der Fragen an Arbeiten zu prekären Bedingungen im Journalismus (z.B. Schnedler 2019; Strassberger 2019). Nachdem sich die Befragung an Journalist*innen verschiedener Anstellungsverhältnisse richtete, wurden mittels Filtern spezifische Fragen mit Bezug auf beispielsweise die Arbeitsbedingungen freiberuflicher Journalist*innen gestellt. Ergänzt wurde der Fragebogen mit Fragen zur Soziodemografie der Journalist*innen und zu veränderten Arbeitsbedingungen durch die Corona-Krise. Daten wie das Alter der Journalist*innen, die journalistische Berufserfahrung und die Arbeitszeit wurden offen abgefragt, ebenso das Einkommen. Letzteres wurde anschließend in Kategorien nach Hanitzsch et al. (2019: 90) verdichtet. Bei den Sozialleistungen, Gründen für die Freiberuflichkeit und den Homeoffice-Bedingungen wurde auf Mehrfachantworten zurückgegriffen, während für Angaben zum Medientyp, Beschäftigungsverhältnis und der Position innerhalb der Redaktion Fragen mit Einfachauswahlen eingesetzt wurden. Subjektive Konstrukte wie die Arbeitszufriedenheit, die wahrgenommene prekäre Belastung und die Sicherung des Lebensunterhalts wurden mittels einer fünfstufigen Likert-Skala abgefragt. Offene Antworten bezüglich der veränderten Arbeitsbedingungen während der Corona-Krise und eine abschließende Kommentarfunktion auf der letzten Seite des Fragebogens gaben den Journalist*innen zudem die Möglichkeit, ihre aktuelle Situation in eigenen Worten zu schildern.

Für die Untersuchung der Rentner*innen im Journalismus wurden aus dem bereinigten Datensatz der Prekarisierungsstudie alle Fälle entnommen, die bei der Frage nach den Sozialleistungen angaben, Rente zu beziehen.[2] Das Hauptkriterium für die Aufnahme in die Stichprobe war also die Antwort »Ich beziehe Rente«. Auf diese Weise ergab sich ein Rentner*innen-Sample von 104 Fällen. Die Daten geben keine Auskunft darüber, wie hoch die bezogene Rente ist oder um welche Art der Rente es sich handelt. Nicht Teil des Samples sind Senior*innen, die im Journalismus tätig sind, aber keine Rente beziehen. Dies kann als eine Limitation der Studie gesehen werden genauso wie die Tatsache, dass die niedrige Stichprobengröße lediglich für eine explorative Annäherung der im Fokus der Forschung stehenden Befragten dienen kann. Im Prozess der Datenbereinigung wurden zwei Fälle aufgrund von unplausiblen Angaben ausgeschlossen, wodurch sich ein Sample von 102 Rentenbeziehenden ergab, die journalistisch aktiv sind. Die Daten wurden mit SPSS ausgewertet und offene Antworten separat abgespeichert, um zur Veranschaulichung darauf zurückgreifen zu können.

2 Die genaue Fragestellung lautete: »Bitte geben Sie an, ob Sie durch Ihren Arbeitgeber, durch die Künstlersozialkasse oder durch andere Anspruch auf eine Rentenversicherung, eine Arbeitslosenversicherung und Kündigungsschutz haben.«Die beiden Ausweichoptionen lauteten: »Ich beziehe Rente.« und »Ich bin noch im Studium.«

4. Ergebnisse

*4.1. Soziodemografische Daten der Rentner*innen im Journalismus*

Die Mehrheit der Befragten ist männlich (77,5%) und zwischen 60 und 69 Jahre alt (MW=69,5; SD=4,9). Der jüngste Rente beziehende Journalist ist 56 Jahre alt, der älteste 83. Das durchschnittliche Alter der Rentner*innen liegt bei 69,5 Jahren.

Tabelle 1
Altersverteilung der Befragten (n=100)

Alter	**n**	**Prozent**
50-59 Jahre	2	2,0
60-69 Jahre	55	55,0
70-79 Jahre	38	38,0
80 und älter	5	5,0

Damit stimmen die Befunde in etwa mit den Merkmalen der »Senior-Quereinsteiger*innen« aus der Studie von Wagner und Möhring (2020b) überein, denn bei ihnen ist diese Gruppe der Lokaljournalist*innen auch mehrheitlich männlich und im Durchschnitt 64 Jahre alt. Mehr als die Hälfte der Rentner*innen der vorliegenden Untersuchung lebt mit einer Partnerin/einem Partner zusammen und keine*r der Befragten hat Kinder unter 18 Jahren. Diese Befunde könnten dafür sprechen, dass die Rentner*innen keine Familienverantwortung mehr tragen und gleichzeitig in vielen Fällen das eigene Einkommen mit dem einer Partnerin/eines Partners ausgleichen können.

Über die Hälfte der Journalist*innen können einen Masterabschluss oder einen ähnlichen Abschluss vorweisen. Die journalistische Berufserfahrung der Befragten ist wie zu erwarten sehr hoch: Im Durchschnitt arbeiten die Befragten seit 38,5 Jahren im Journalismus, die über 80-jährigen Rentner*innen sogar durchschnittlich seit 53,4 Jahren (MW=38,5; SD=11,3; Min=9; Max=60). Lediglich zwei Befragte haben angegeben, weniger als 10 Jahre journalistische Berufserfahrung nachweisen zu können. Somit kann ausgeschlossen werden, dass Rentner*innen als Quereinsteiger*innen im Journalismus tätig sind. Ganz im Gegenteil – hinter ihnen liegen viele Jahre journalistische Berufserfahrung,

der Großteil von ihnen kann also als Profis bezeichnet werden. Dies kann für die Redaktionen als großer Vorteil gesehen werden, schließlich bringen die Rentner*innen das notwendige Wissen und viel Erfahrung mit.

4.2. Beschäftigungsverhältnis und Arbeitsumfeld

Während 22,5% der Befragten angegeben haben, als nebenberufliche Journalist*innen tätig zu sein, haben sich 77,5% als Hauptberufler*innen eingestuft. Dieser hohe Anteil an hauptberuflichen Journalist*innen im Sample macht deutlich, dass die Tätigkeit in den meisten Fällen keineswegs sporadisch ausgeübt wird. Die Teilnehmenden beziehen zwar Rente, aber stehen noch mitten im Beruf. Dass Vollzeitbeschäftigungen bei älteren Menschen gerade bei Selbständigen immer beliebter werden, zeigen auch Studien zur Erwerbsbeteiligung der ab 65-Jährigen in Deutschland (Brenke 2013: 3). Die Verteilung gibt jedoch auch Aufschluss darüber, wie die Befragten »Hauptberuf« definieren.

Die Rentner*innen machen über ein fast ein Drittel (31,9%) aller nebenberuflicher Journalist*innen (n=72) der Gesamtstudie aus.[3] Rentner*innen arbeiten zum Großteil freiberuflich im Journalismus (81,4%). Insgesamt 15,7% gaben an, als Feste*r Freie*r oder Pauschalist*in tätig zu sein. Einzelfälle stellen eine Vollzeitanstellung und zwei Teilzeitanstellungen dar (vgl. Tabelle 2). Erstere wird von einem 66-Jährigen besetzt, die beiden Teilzeitstellen von einem 72-Jährigen und einem 67-Jährigen.

Tabelle 2
Beschäftigungsverhältnisse der Rentner*innen (n=102)

Beschäftigungsverhältnis	**n**	**Prozent**
Freie*r Journalist*in	83	81,4
Feste*r Freie*r oder Pauschalist*in	16	15,7
Feste Anstellung in Vollzeit (unbefristet)	1	1,0
Feste Anstellung in Teilzeit (unbefristet)	1	1,0
Feste Anstellung in Teilzeit (befristet)	1	1,0

3 Ergebnisse der Gesamtstudie »Prekarisierung im Journalismus« können in Hanitzsch/Rick (2021) nachgelesen werden.

Die Rentner*innen machen mit 23,4% fast ein Viertel aller freiberuflichen Journalist*innen (n=436) der Gesamtstudie aus. Die meisten freiberuflichen Rentner*innen (44,9%) haben angegeben, im Schnitt für etwa drei bis vier Arbeitgeber*innen zu arbeiten. Die Gründe für die Freiberuflichkeit variieren, doch die Befunde lassen Vermutungen zu, warum die Rentner*innen nach wie vor im Journalismus tätig sind. In einem Mehrfachantworten-Set von sechs möglichen Gründen entschieden sich 27,7% der Befragten aufgrund des Wunsches nach inhaltlicher und gestalterischer Freiheit für die Freiberuflichkeit. Am zweit häufigsten wurde die Antwortmöglichkeit »Eine Festanstellung war nicht zu finden« gewählt (24,4%). Ein beachtlicher Teil der freiberuflichen Rentner*innen würde also gerne in einer Festanstellung arbeiten. Überraschend wenige Befragte (18,1%) gaben hingegen den Grund »Altersteilzeit« für ihre freiberufliche Beschäftigung an. Auch die weiteren möglichen Gründe »familiäre Verpflichtungen«, «Wunsch nach mehr Flexibilität« und »sonstige Gründe« wurden jeweils von weniger als einem Drittel der Befragten angekreuzt.

Tabelle 3
Medien, für die die Befragten »hauptsächlich« tätig sind (n=102)

Medientypen	**Prozent**
Tageszeitung	33,0
Zeitschrift	23,4
Nachrichtenagentur/Nachrichtendienst	11,7
Eigenständiges Online-Medium	9,6
Radio	6,4
Anzeigenblatt	5,3
Fernsehen	4,3
Online-Ableger eines Offline-Mediums	4,3
Sonntags- und Wochenzeitung	2,1

Verbreitungsgebiet	Prozent
Überregional	51,1
Lokal/Regional	48,9

Der Großteil der Rentenbezieher*innen ist für Tageszeitungen hauptsächlich überregionaler Reichweite tätig (vgl. Tabelle 3), die meisten als Autor*innen. Teil der Stichprobe sind jedoch auch ein Auslandskorrespondent, ein Bildjournalist, eine Fotografin und zwei Moderatorinnen. Der festangestellte Journalist in Vollzeit ist ein Chefredakteur. Zudem haben drei Feste Freie/Pauschalist*innen eine Führungsposition.

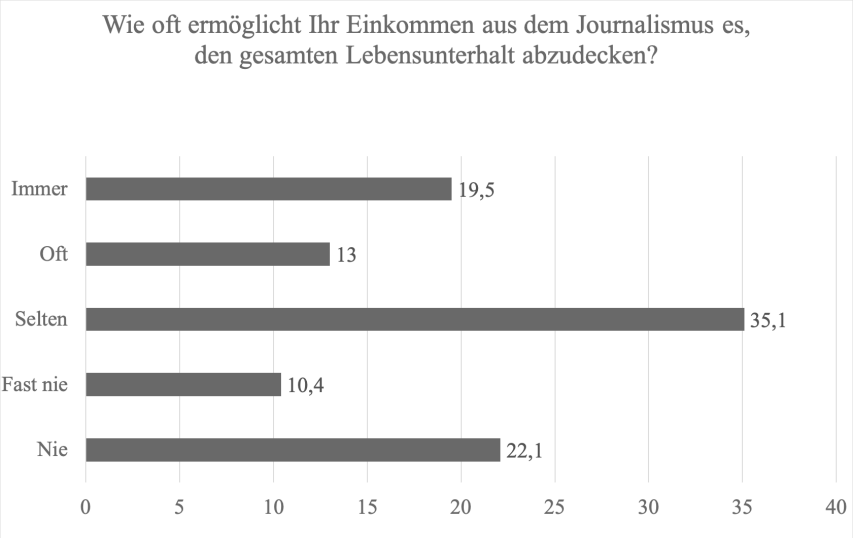
4.3. Einkommen und (wahrgenommene) Arbeitsbedingungen

Rentner*innen, die im Journalismus tätig sind, erzielen im Durchschnitt ein Netto-Einkommen von 1411 Euro (vor Corona). Im Nebenberuf liegt der Mittelwert bei 797 Euro, im Hauptberuf bei 1609 Euro. Damit liegen die Verdienste der Rentner*innen weit über den Durchschnittswerten der Senior-Quereinsteiger*innen und der Nebenbei-Journalist*innen, die im ersten Abschnitt des Aufsatzes genannt wurden (vgl. Wagner/Möhring 2020b). Das Durchschnittseinkommen des vorliegenden Samples unterscheidet sich außerdem geschlechtsspezifisch: Während weibliche Rentner*innen im Journalismus 1237 Euro verdienen, haben die männlichen Journalisten ein durchschnittliches Einkommen von 1456 Euro. Diese Lücke mag auch dadurch begründet sein, dass mehr Frauen angegeben haben, nebenberuflich journalistisch tätig zu sein als Männer. Der Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern liegt hierbei bei 11,5%. Warum mehr Rentnerinnen nebenberuflich und mehr Rentner hauptberuflich im Journalismus tätig sind, ist fraglich. Eine Vermutung könnte sein, dass mehr Frauen noch zusätzlich familiären Verpflichtungen nachgehen und somit weniger Zeit für die journalistische Tätigkeit haben. Diesen Grund für die Freiberuflichkeit wählten fast 16% der Rentnerinnen und nur 3,2% der Rentner.

Rentner*innen arbeiten im Durchschnitt 29,1 Stunden im Journalismus. Das ist eine längere Arbeitszeit als in einem durchschnittlichen Teilzeitjob in Deutschland, der im Mittel 19,5 Stunden zählt (Destatis 2021b: o.S.). Rentner*innen, die angegeben haben, nebenberuflich im Journalismus tätig zu sein, arbeiten durchschnittlich 17,6 Stunden wöchentlich, während hauptberufliche eine durchschnittliche Arbeitszeit von 32,6 Stunden angegeben haben. Die höchste durchschnittliche Arbeitszeit ist den 60- bis 69-Jährigen zuzuordnen, diese haben auch im Vergleich mit den anderen Altersklassen das höchste Einkommen.

Nicht alle hauptberufliche Journalist*innen können ihren Lebensunterhalt immer vom Einkommen aus dem Journalismus abdecken. Mit 35,1% wurde bei dieser Frage die Option »selten« am häufigsten gewählt, am zweithäufigsten entschieden sich die Hauptberufler*innen mit 22,1% für »nie« (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1
Abdeckung des Lebensunterhalts der Journalist*innen im Hauptberuf (n=77)



Diese Angaben können als alarmierend gesehen werden, nachdem auch 38,7% im Fall unvorhergesehener größerer Ausgaben nur »selten« auf Rücklagen zurückgreifen können. Nachdem bei beiden Fragen das reine Einkommen aus dem Journalismus im Fokus stand, bleibt offen, ob es den Rentner*innen möglich ist, die finanzielle Lücke mit ihrer Rente auszugleichen. Die beiden folgenden Beschreibungen von zwei Rentner*innen machen jedoch deutlich, dass dies aufgrund der kleinen Rente nicht immer leicht ist:[4]

> »Von dem angegebenen Betrag kann man natürlich nicht leben. Eine geringe Rente kommt noch hinzu. Trotzdem immer noch wenig.«

> »Ich bin gern freie Journalistin, weil der Beruf mir gefällt, aber könnte zur Zeit davon nicht leben ohne Rente, die auch klein ist.«

4 Bei diesen und den unten stehenden offenen Antworten handelt es sich um Kommentare, die die Befragten auf der letzten Seite des Fragebogens eingetragen haben. Hierbei wurde ihnen die Möglichkeit gegeben, zur Befragung oder zum besseren Verständnis der eigenen Antworten etwas anzumerken.

Fakt ist auch, dass einige Rentner*innen neben ihrer Tätigkeit im Journalismus noch anderen bezahlten Tätigkeiten nachgehen. Insgesamt 17,7% der Rentner*innen, die angegeben haben, hauptberuflich im Journalismus zu arbeiten, führten eine Nebentätigkeit an. Diese wird beispielsweise als Fotograf*in, Autor*in, Dozent*in oder Übersetzer*in ausgeübt.

Insgesamt 43,1% der Befragten schätzen die eigene Arbeitssituation als prekär ein, bei den freiberuflichen sind es sogar 48,2%. Zwei von fünf empfinden dies als »belastend«, mehr als ein Viertel sogar als »sehr belastend« (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4
Prekäre Belastung (n=102)

	Prozent
Extrem belastend	11,4
Sehr belastend	27,3
Belastend	40,9
Etwas belastend	15,9
Überhaupt nicht belastend	4,5

Auch bei der Frage nach dem eigenen Sicherheitsgefühl dominiert die Unsicherheit: Etwas mehr als die Hälfte der Befragten fühlt sich in Bezug auf das aktuelle Arbeitsverhältnis »unsicher«. In der Studie wurde auch nach den Faktoren gefragt, die zu diesem Sicher- oder Unsicherheitsgefühl führen. Beim Unsicherheitsgefühl dominiert mit 63,5% das »niedrige Einkommen«, gefolgt vom Faktor des »unsicheren Einkommens« (59,6%). An dritter Stelle der Unsicherheitsfaktoren steht das Alter der Journalist*innen. Insgesamt 55,8% wählten dies als Ursache für ein unsicheres Gefühl in Bezug auf die Arbeitssituation. Bei dieser Angabe spielen höchst wahrscheinlich Aspekte wie Altersvorsorge und Gesundheit eine entscheidende Rolle.

Interessanterweise wurde das Alter von 67,3% der sich sicher fühlenden Rentner*innen auch als Sicherheitsfaktor gewählt. Die Gründe hierfür lassen sich nur vermuten, doch das fortgeschrittene Alter und die damit verbundene Rente sowie die Tatsache, nicht mehr vollständig im Berufsleben zu stehen, können sicherlich auch zu einem beruhigenden Gefühl beitragen. Die drei folgenden

offenen Antworten von teilnehmenden Rentner*innen dienen als Beispiel für diese Wahrnehmung:

»Bedingt durch mein Alter und Rentenbezug ist meine heutige Situation gut.«

»Verglichen mit Kolleg*innen bin ich dank fortgeschrittenen Alters wohl in einer eher passablen Lage.«

»Ich beziehe Rente, bin nicht mehr auf meine Einnahmen als freie Journalistin angewiesen.«

Die bezogene Rente stellt für 65,3% der Befragten einen Sicherheitsfaktor dar.

4.4 Arbeitszufriedenheit

Die befragten Journalist*innen der Studie sind größtenteils mit ihrer Tätigkeit im Journalismus zufrieden. 71,6% stimmen der Aussage zu, dass der Journalismus ihre Leidenschaft ist und knapp die Hälfte von ihnen (47,5%) ist mit dem Beruf allgemein »eher zufrieden«. Insgesamt 35,6% sind sehr zufrieden damit. Außerdem haben 59,8% oft Freude bei der Arbeit und 63,7% sind stolz auf ihre Arbeit. Diese hohe Arbeitszufriedenheit würde für die Gruppe der »intrinsischen journalistischen Rentner*innen« sprechen, da den Befragten die Tätigkeit im Journalismus Spaß macht und sie diese möglicherweise als Berufung sehen. Vielleicht gibt ihnen die Arbeit auch das Gefühl, im Rentenalter noch etwas beitragen zu können.

Mehr als ein Viertel der Rentner*innen ist jedoch sehr unzufrieden mit dem Einkommen aus dem Journalismus (vgl. Abbildung 2).

4.5 Einfluss der Corona-Krise

Die Corona-Pandemie und die damit zusammenhängenden Veränderungen machen auch den Rentner*innen zu schaffen, das zeigen die Ergebnisse der Befragung. 61,7% der Teilnehmer*innen haben angegeben, dass sich ihre Arbeitsbedingungen während der Corona-Krise verschlechtert haben. Mehr als zwei Drittel der freiberuflichen Rentner*innen berichten von Honorareinbußen aufgrund der Corona-Krise, bei der Hälfte von ihnen führen diese zu Existenzängsten. So schreibt eine Teilnehmerin: »Nahezu keine Aufträge seit März 2020.« In einer weiteren Antwort heißt es: »KEINE Aufträge, nichts: kein Budget für Freie.« Bei Journalist*innen, die angegeben haben, unter Existenzängsten zu leiden, kann davon ausgegangen werden, dass auch die Rente nicht ausreicht, um die Einkommenseinbußen im Journalismus abzufedern. Ein Viertel der freiberuflichen Rentner*innen und 6,3% der Festen Freien/Pauschalist*innen haben finanzielle Unterstützung in Form der Corona-Soforthilfe beantragt.

Abbildung 2
Zufriedenheit der Journalist*innen bezüglich ihres Einkommens in Prozent (n=102)

Darüber hinaus waren oder sind 80% der Rentner*innen, die normalerweise nicht von zuhause aus arbeiten, im Homeoffice. Dabei haben etwas mehr als zwei Drittel von ihnen einen ungestörten Raum zum Arbeiten zur Verfügung, doch nur 33,3% einen Schreibtisch. Große Schwierigkeiten scheinen auch bezüglich einer stabilen und guten Internetverbindung zu bestehen, da 58,3% der Rentner*innen angegeben haben, technische Verbindungsprobleme bei Video-Konferenzen oder anderen Online-Meetings zu haben. Möglicherweise ergibt sich dadurch die Tatsache, dass sich nur knapp 16,7% der Befragten vorstellen können, auch in Zukunft von zuhause aus zu arbeiten.

5. Fazit

Der vorliegende Beitrag hatte das Ziel, eine bislang weitgehend unbekannte Gruppe an Journalist*innen, nämlich journalistisch tätige Rentner*innen, in den Fokus zu stellen. Er widmet sich einer kaum erforschten Gruppe, die die Berichterstattung in deutschen Medien allerdings mitzuprägen scheint. Die Daten geben Auskunft darüber, in welchen Beschäftigungsverhältnissen und unter welchen Bedingungen Rentner*innen im Journalismus arbeiten, wie viel Einkommen sie dabei erzielen und wie zufrieden sie mit ihrer Tätigkeit sind.

Auf Basis der Untersuchung können folgende zehn Thesen zur Arbeit von Rentner*innen im Journalismus aufgestellt werden:

- These 1: Der typische Rentner im Journalismus ist männlich und 69 Jahre alt.
- These 2: Die Rentner*innen bringen in der Regel viel journalistische Berufserfahrung mit, der Durchschnitt liegt hier bei 38,5 Jahren.
- These 3: Die überwiegende Mehrheit arbeitet hauptberuflich im Journalismus mit einer durchschnittlichen Arbeitszeit von 32,6 Stunden.
- These 4: Die Rentner*innen sind meist freiberuflich und vorwiegend als Autor*innen bei Tageszeitungen und Zeitschriften mit überregionaler Reichweite tätig.
- These 5: Die Rentner*innen verdienen im Durchschnitt 1411 Euro netto im Monat.
- These 6: Die Rentner*innen arbeiten aus Leidenschaft und sind mit ihrer journalistischen Tätigkeit größtenteils zufrieden. Lediglich mit dem Einkommen ist der Großteil von ihnen unzufrieden.
- These 7: Mehr als ein Drittel der Rentner*innen stuft sich als prekär beschäftigt ein, knapp über die Hälfte von ihnen fühlt sich in Bezug auf das Arbeitsverhältnis eher unsicher.
- These 8: Viele Rentenbeziehende haben Schwierigkeiten, ihren gesamten Lebensunterhalt mit dem Einkommen aus dem Journalismus abzudecken und auch auf Rücklagen können nur wenige zurückgreifen.
- These 9: Ihr fortgeschrittenes Alter nehmen die Rentner*innen sowohl als Sicherheitsfaktor als auch als Unsicherheitsfaktor wahr. Die bezogene Rente gibt vielen Befragten Sicherheit.
- These 10: Die Arbeitsbedingungen der Rentner*innen haben sich in der Corona-Krise verschlechtert. Viele der freiberuflich Tätigen haben Einkommenseinbußen, was bei der Hälfte von ihnen zu Existenzangst führt.

Die Befunde unterstützen die Annahme von Wagner und Möhring (2020b), dass ältere Journalist*innen insgesamt einen unterschätzten Anteil freiberuflicher Journalist*innen ausmachen und dass ihre Arbeit keineswegs ein Randphänomen ist. Sie stemmen also einen beachtlichen Anteil der Berichterstattung und sollten in zukünftigen Studien gerade in Bezug auf die Freiberuflichkeit mehr Berücksichtigung finden. Auch im Blick behalten werden sollten die Folgen, die der steigende Anteil an Nebenbei-Journalist*innen mit sich bringt. So bewies die Untersuchung von Monika Moenikes (2001: 111) beispielsweise, dass die Berichterstattung sogenannter Hobby-Journalist*innen verschiedene Mängel aufweist und somit als Gefahr für die Qualität der journalistischen Produkte gesehen werden kann.

Für viele der Rentner*innen der vorliegenden Untersuchung scheint der Journalismus jedoch mehr als nur ein Hobby zu sein. Sie sind beruflich noch sehr aktiv, vereinzelt nehmen sie in den Redaktionen sogar Führungspositionen ein. Im Zusammenhang mit der hohen Anzahl an hauptberuflichen Rentner*innen im Sample sollte jedoch darüber nachgedacht werden, die Definition des Hauptberufes hinsichtlich berufstätiger Rentner*innen im Journalismus anzupassen. Hierbei sollte geklärt werden, welchen Anteil das Einkommen aus dem Journalismus im Vergleich zur Rente ausmacht und bei welchem Verhältnis tatsächlich von einem journalistischen Hauptberuf gesprochen werden kann.

Die aufgezeigten Ergebnisse verdeutlichen prekäre Strukturen des Journalismus, sowohl in der Natur des freiberuflichen Journalismus-Berufes als auch in der Branche allgemein. Die Befunde bestätigen unsichere Beschäftigungsverhältnisse in der journalistischen Freiberuflichkeit, da Rentner*innen selbst ihr Arbeitsverhältnis als prekär einstufen und das Gefühl der Unsicherheit unter ihnen dominiert. Gleichzeitig dienen der bewiesene Gender-Pay-Gap unter den Rentner*innen, die hohen Einkommenseinbußen durch die Corona-Krise und die Tatsache, dass viele hauptberufliche Rentner*innen ihren Lebensunterhalt nur selten mit dem Einkommen aus dem Journalismus abdecken können, als objektive Indikatoren für Prekarität im journalistischen Berufsfeld (vgl. u.a. Dörre et al. 2006). Somit kann festgehalten werden, dass Rentner*innen eine Akteursgruppe im Journalismus darstellen, an der sich die Krise des Journalismus aus einer neuen Perspektive untersuchen lässt. Es kann davon ausgegangen werden, dass bestehende Literatur und Forschung, die sich mit krisenhaften Entwicklungen im Journalismus beschäftigen, die journalistische Tätigkeit von Rentner*innen als eine mögliche Begleiterscheinung oder Konsequenz übersehen. Das klassische Phänomen der hohen Berufszufriedenheit der Journalist*innen (vgl. Buckow 2011: 114; Weischenberg et al. 2006: 89ff.) konnte jedoch parallel dazu auch unter Rentner*innen festgestellt werden.

Die niedrige Stichprobengröße der Befragung sowie der rein quantitative Zugang zur Thematik stellen die größten Limitationen der Studie dar. Es gilt, die spezifische Gruppe an Journalist*innen weiter zu erforschen, schließlich bleiben noch viele Fragen offen. Die Daten legen nahe, dass in erster Linie die Motivation weiter untersucht werden sollte, im Rentenalter im Journalismus tätig zu sein. Die Befunde liefern erste Hinweise darauf, dass finanzielle Gründe, aber auch die reine Freude an der journalistischen Arbeit im Vordergrund stehen. Die Motivation, trotz bezogener Rente im Journalismus tätig zu sein, sollte dabei auch mittels qualitativer Interviews erfasst werden. Dabei sollte auch der Frage nachgegangen werden, welchen Anteil das Einkommen aus dem Journalismus am Gesamteinkommen der Rentner*innen ausmacht. Die Ergebnisse deuten vereinzelt darauf hin, dass die alleinige Rente bei einigen Befragten nicht zum Überleben ausreichen würde und bestätigen damit die Tatsache, dass einige

Rentner*innen im Journalismus arbeiten, um einer Altersarmut entgegenzuwirken (vgl. Destatis 2021a). Die Ergebnisse liefern also eindeutige Hinweise auf die in im konzeptionellen Abschnitt vorgestellten prekären Rentner*innen und deuten auf eine potentielle Altersarmut hin, gerade jetzt in der Corona-Krise, durch die vielen freiberuflichen Journalist*innen Aufträge fehlen. Diese Problematik ist nicht nur im Journalismus anzutreffen. Verschiedene Studien weisen unabhängig vom Beruf auf eine steigende Altersarmut in Deutschland hin, diese könnte sogar bis 2039 noch weiter steigen (vgl. Haan et al. 2017; Seils 2020).

Das Feld verlangt außerdem nach Studien, die der Frage nach der Rolle von Rentner*innen in den Redaktionen nachgehen. Wagner und Möhring (2020b) weisen bereits darauf hin, dass die Senior-Quereinsteiger*innen im Lokalen vor allem Kontakte pflegen und Texte sowie Fotos von Veranstaltungen liefern. Zukünftige Untersuchungen sollten thematisieren, welche Aufgaben die Rentner*innen bei Medien verschiedener Reichweiten übernehmen und inwieweit sich beispielsweise auch die Arbeit von freiberuflichen Rentner*innen und Festen Freien unterscheidet. Auch interessant wäre das Beleuchten der Arbeitgeber*innenseite: Warum beschäftigen Medien Rentner*innen, welche Vorteile ergeben sich neben der hohen Erfahrung dieser Gruppe Journalist*innen? Wird aufgrund von Personalmangel oder auch zur Einsparung von Sozialleistungen auf ehemalige Journalist*innen in Rente zurückgegriffen? Die Beantwortung dieser Fragen würde auch Rückschlüsse auf die Arbeitsmarktsituation des Journalismus zulassen.

Über die Autorin

Jana Rick (*1996), M.A., ist seit 2019 wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Ihre Forschungsschwerpunkte im Bereich der Journalismusforschung liegen auf der Prekarisierung im Journalismus und den journalistischen Arbeitsbedingungen. Sie hat Kommunikations- und Kulturwissenschaften an der Freien Universität Bozen und Medienwissenschaften an der Universität Innsbruck studiert. Kontakt: jana.rick@ifkw.lmu.de

Literaturverzeichnis

Amable, Marcelo (2006): *La precariedad laboral y su impacto sobre la salud*. Barcelona: Universität Pompeu Fabra.

Bundesagentur für Arbeit (2019): Situation von Älteren. Berichte: Blickpunkt Arbeitsmarkt. Zugriff unter https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Statischer-

Content/Statistiken/Themen-im-Fokus/Demografie/Generische-Publikationen/Aeltere-amArbeitsmarkt.pdf?__blob=publicationFile (03.06.2021)

Brenke, Karl (2013): Immer mehr Menschen im Rentenalter sind berufstätig. In: *DIW Wochenbericht* 80(6), S.3-12.

Buckow, Isabelle (2011): *Freie Journalisten und ihre berufliche Identität. Eine Umfrage unter den Mitgliedern des Journalistenverbands Freischreibe*r. Wiesbaden: VS Verlag.

Cohen, Nicole S.; Hunter, Andrea; O'Donnell, Penny (2019): Bearing the Burden of Corporate Restructuring: Job Loss and Precarious Employment in Canadian Journalism. In: *Journalism Practic*e, 13(7), S. 817-833.

Deutscher Journalisten-Verband (DJV) (2009): Arbeitsbedingungen freier Journalisten. Bericht zu einer Umfrage unter freien Journalisten. https://www.djv-rlp.de/fileadmin/user_upload/Freiendateien/DJV-Freienumfrage2008.pdf (03.06.2021)

DESTATIS (2021a). Erwerbstätigkeit älterer Menschen. https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Demografischer-Wandel/Aeltere-Menschen/erwerbstaetigkeit.html (03.06.2021).

DESTATIS (2021b). Wöchentliche Arbeitszeit. https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Qualitaet-Arbeit/Dimension-3/woechentliche-arbeitszeitl.html (03.06.2021)

Dörre, Klaus; Kraemer, Klaus; Speidel, Frederic (2006): Prekäre Beschäftigungsverhältnisse Ursache von sozialer Desintegration und Rechtsextremismus? In: Heitmeyer, Wilhelm; Imbusch, Peter (Hrsg.), Forschungsverbund »Desintegrationsprozesse – Stärkung von Integrationspotenzialen einer modernen Gesellschaft« Abschlussbericht, S. 71–102. https://bit.ly/2v9up4n (03.06.2021)

Eber, Jens: Unentbehrlich: Freie im Lokalen. In: *Freienbibel*, 08.04.2020. https://freienbibel.de/unentbehrlich/ (03.06.2021)

Fuchs, Tatjana (2006): Was ist gute Arbeit? In: Initiative Neue Qualität der Arbeit. https://www.inqa.de/SharedDocs/downloads/webshop/was-ist-gute-arbeit-anforderungen-aus-der-sicht-von-erwerbstaetigen.pdf;jsessionid=7C4E533E7D5A5BF04FEEDAA76AD5269C.delivery1-master?__blob=publicationFile&v=2 (03.06.2021)

Gollmitzer, Mirjam (2014): Precariously employed watchdogs? Perceptions of working conditions among freelancers and interns. In: *Journalism Practice*, 8(6), S. 826–841.

Haan, Peter; Holger, Stichnoth; Maximilian Joseph, Blömer; Herman,n Buslei; Johannes, Geyer, Carla, Krolage; Kai-Uwe, Müller (2017): *Entwicklung der Altersarmut bis 2036, Trends, Risikogruppen und Politikszenarien*. Mannheim: Bertelsmann Stiftung.

Hanitzsch, Thomas.; Seethaler, Josef, Wyss, Vinzenz (Hrsg.) (2019): *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer VS.

Hanitzsch, Thomas; Rick, Jana (2021): Prekarisierung im Journalismus. Erster Ergebnisbericht März 2021. https://survey.ifkw.lmu.de/Journalismus_und_Prekarisierung/Prekarisierung_im_Journalismus_erster_Ergebnisbericht.pdf (03.06.2021)

Meyen, Michael; Springer, Nina (2009): *Freie Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.

Moenikes, Monka (2001): *Hobby-Journalist. Freie Mitarbeiter in lokalen Tageszeitungen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Percival, Neil (2019): Gendered reasons for leaving a career in the UK TV industry. In: *Media, Culture & Society*, 25(2).

Rinsdorf, Lars; Theiss, Laura (2020): Leidenschaftliche Amateur*innen oder kühle Profis: Zum Integrationspotenzial der freien Mitarbeiter*innen lokaler Tageszeitungen. In: Gehrau, Volker; Waldherr, Annie; Scholl, Armin (Hrsg.), Integration durch Kommunikation (in einer digitalen Gesellschaft): *Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft 2019*, S. 57-67.

Schnedler, Thomas (2017). *Prekäre Arbeit im Journalismus*. Dissertation. Hamburg: Universität Hamburg.

Seils, Eric (2020): Wiederanstieg der Altersarmut: Eine Kurzauswertung aktueller Daten für 2019 auf Basis des Mikrozensus. In: *WSI Policy Briefs 45*, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI), Hans-Böckler-Stiftung.

Steindl, Nina; Lauerer, Corinna; Hanitzsch, Thomas (2018): »Die Zukunft ist frei!«. Eine Bestandsaufnahme des freien Journalismus in Deutschland. In: *Journalistik: Zeitschrift für Journalismusforschung*, Nr. 1.

Strassberger, Tosca Viola (2019): *Prekarisierung im Journalismus. Arbeitsbedingungen und ihre Auswirkungen auf Arbeitspraxis, Qualität und Profession*. Masterarbeit. München: Ludwig-Maximilians-Universität München.

Usher, Nikki (2010): Goodbye to the news: how out-of-work journalists assess enduring news values and the new media landscape. In: *New Media & Society*, 12(6), S. 911–928.

Wagner, Anna-Lena; Möhring, Wiebke (2020a): Freie im Lokalen: Wer sie sind und was sie tun. In: *European Journalism Observatory (EJO)*. https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/freie-im-lokalen-wer-sie-sind-und-was-sie-tun (03.06.2021)

Wagner, Anna-Lena; Möhring Wiebke (2020b): Freie im Lokalen: Senior-Quereinsteiger sind größte Gruppe. In: *European Journalism Observatory (EJO)*. https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/freie-im-lokalen-senior-quereinsteiger-sind-groesste-gruppe (03.06.2021)

Weichler, Kurt (2003): *Handbuch für freie Journalisten*. Wiesbaden: Westdt. Verl.

Weischenberg, Sigrid; Malik, Maya; Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über die Journalisten in Deutschlan*d. Konstanz: UVK.

Zion, Lawrie; Sherwood, Merryn; O'Donnell, Penny; Dodd, Andrew; Ricketson, Matthew; Marjoribanks, Tim (2016a): ›It has a bleak future‹: The effects of job

loss on regional and rural journalism in Australia. In: *Australian Journalism Review*, 38(2), S. 115-128.

Zion, Lawrie; Dodd, Andrew; Sherwood, Merryn; O'Donnell, Penny; Marjoribanks, Tim; Ricketson, Matthew (2016b): Working for less: the aftermath for journalists made redundant in Australia between 2012 and 2014. In: *Communication Research and Practice*, 2(2), S. 117-136.

Zion, Lawrie; Sherwood, Merryn; O'Donnell, Penny; Marjoribanks, Tim; Ricketson, Matthew; Dodd, Andrew; Winarnita, Monika (2018): *New Beats Report: Mass redundancies and career change in Australian journalism*. Melbourne: New Beats Project.

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
Heft 3/2021, S. 240-258
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

HERBERT VON HALEM VERLAG

Aufsatz

Steven Thomsen

Mikrofon und Federkiel

Ab den 1960er-Jahren rückte der New-Journalism-Exponent Norman Mailer der Reportage mit literarischen Mitteln zu Leibe

Abstract: Das Werk von Norman Mailer (1923-2007) ist im deutschsprachigen Raum bei Weitem nicht mehr so verbreitet wie in den Sechziger- und Siebzigerjahren. Von denjenigen, die seine Romane heute noch rezipieren oder neu für sich entdecken, dürften die wenigsten wissen, dass der US-Amerikaner beinahe seine gesamte Karriere über auch als Journalist gewirkt hat. Dabei ist das, was der sich stets als Querschläger im literarischen Establishment gerierende Vielschreiber gerade auf diesem Gebiet geleistet hat, nicht nur von außerordentlichem zeithistorischen Wert: In seinen dem New Journalism zuzuordnenden Texten hat der unabhängige Denker auch ein ums andere Mal gezeigt, wie sich Reportagen in perzeptible Räume verwandeln lassen, die die Leser*innen betreten, in denen sie sich frei bewegen und umtun können und in denen ihnen lebendige Menschen begegnen. Der seinem Heimatland in Hassliebe verbundene Intellektuelle war ein Meister darin, journalistische Texte mit literarischen Mitteln zu vitalisieren. Der Artikel exemplifiziert an dem berühmten Parteitagsbericht »Superman Comes to the Supermarket«, wie Mailer die Grenzen der traditionellen Reportage überschritten und neu definiert hat. Zudem zeigt er, warum ein streitbarer Meinungsmacher wie Norman Mailer in der heutigen Medienlandschaft nicht mehr erwünscht, gleichzeitig aber umso notwendiger ist.

Die größte Errungenschaft von Literatur ist es, Abbilder von uns selbst zu schaffen, die wir, die Rezipienten und Rezipientinnen, als wahrhafte Menschen zu erkennen vermögen. Die Illusion der Begegnung mit einem in Buchstaben codierten Menschen ist bereits den Tragödiendichtern der Antike geglückt. Auch

wenn Antigone, Ödipus, Iphigenie und alle späteren Theaterfiguren als Rollen vor uns treten, sind hinter diesen für uns doch die Menschen auszumachen, als die sie erdacht worden sind und die sie zu sein vorgeben: weil wir ihr Verhalten, so irrational und fern von unserer Lebenswirklichkeit es auch oft erscheinen mag, als für unsere Art typisch erkennen. Das zeitgenössische Publikum hat vor sich Figuren gesehen, die den Unbilden des Schicksals ausgesetzt sind, die lieben, leiden, streiten, hassen, töten. Die das tun, erfahren und erdulden, was das Menschsein ausmacht. Allzu menschlich ist es auch schon drei Jahrhunderte vor Aischylos, Sophokles und Euripides beim Mimus, dem derben Volkstheater in Griechenland, zugegangen.

Menschwerdung in der Epik

Schwerer als den Dramatikern, die ihre Figuren beständig von sich selbst und ihrem Los reden lassen, die sie auf einer Theaterbühne direkt vor den Augen eines Publikums ausstellen und so deren Lebendigkeit sinnlich bezeugen, ist es den Schöpfern von Prosadichtungen gefallen, literarische Techniken zu ersinnen, die den Figuren ihrer Fantasie Leben einhauchen und sie als menschliche Wesen erscheinen lassen. Langsam, über Jahrhunderte, entwickelten sie Wege der Darstellung, mit denen sie ihre Charaktere immer plastischer ausformten. Zunächst tasteten sie ihre Figuren ab und beschrieben so deren Merkmale, Wirken, Fährnisse. Dann ließen sie sie sprechen: Durch ihre Mitteilungen gegenüber anderen Figuren erfuhr die Leserschaft im besten Falle noch mehr über ihr Wesen. Im letzten Schritt offenbarte der Autor auf unmittelbare Weise die Innenwelt seiner von ihm geschaffenen Personen: durch die Form der Perspektive (auktorialer Erzähler, Ich-Erzähler) sowie durch erzähltechnische Mittel (innerer Monolog, Tagebucheintragungen und ähnliches).

Dieser Prozess der Menschwerdung in der Literatur ging ähnlich gemächlich, bisweilen zäh, vonstatten, wie es in der bildenden Kunst der Fall war, wo sich eine getreue Nachahmung unserer selbst sogar erst innerhalb von Jahrtausenden herausbildete: von den unverrückbaren schematischen Darstellungen der Ägypter über die Entdeckung der perspektivischen Verkürzung durch die Griechen, über die entrückte Darstellung der Heiligenfiguren und den Ausdruck des Gefühls in der Kunst des Mittelalters bis zur endgültigen Vermenschlichung und Individualisierung durch Meister wie Dürer, Raffael, Tizian, Correggio oder Caravaggio.

Die Notwendigkeit, einen solchen magischen Funken zu entzünden, blieb denn auch lange Zeit auf den künstlerischen Bereich beschränkt und weitete sich zunächst nicht auf das sich seit dem Ende des 18. Jahrhunderts entwickelnde moderne Pressewesen aus. Journalist*innen bedurften einer solchen

schöpferischen Finesse nicht, waren diese überzeugt. Immerhin befassten sie sich in ihren Nachrichten, Artikeln und Kolumnen ohnehin ausschließlich mit realen Personen; sie mussten also erst gar nicht den Beweis antreten, dass diejenigen, über die sie schrieben, echte Menschen vorgeben sollten – sie waren es einfach.

Das vitale Element in der Reportage

Wohl aber sahen die Zeitungsmacher mit dem Aufkommen von Reportagen und Reiseberichten, dass ein lebendigerer Schreibstil und eine flexiblere Form nottaten, um Leserinnen und Leser immer längerer Texte bei der Stange zu halten. »Der besondere Reiz der *Reiseerzählung*«, so schreibt Michael Haller in seinem Standardlehrwerk zur Reportage, »lag in der freien Gestaltung des Themas: Der Reporter entscheidet, wann er sich wo aufhalten möchte, um Begebenheiten und Eindrücke aufzunehmen. Er organisiert seine Reise und *inszeniert* sein Thema, das darum nie ganz festgelegt, sondern bis zum letzten Tag für Veränderungen offen ist« (Haller 2020: 32).

Die Menschen, über die es zu berichten galt, mussten auch als solche in den Beiträgen erkennbar sein, das bloße Wissen um ihre reale Existenz langte nicht mehr hin. Lebendigkeit war alleine dadurch, dass man Herrn X oder Frau Y im Artikel zitierte, dass man wiedergab, was er beziehungsweise sie im Einzelfall getan hatte, nicht zu erreichen. Journalist*innen standen plötzlich vor demselben Dilemma wie Jahrhunderte zuvor die Schöpfer von Epen und Novellen, deren Grundlagenforschung bei der Entwicklung von Techniken zur Vermenschlichung beziehungsweise Verlebendigung ihrer Gestalten schließlich von Romanautor*innen übernommen, verfeinert und ergänzt wurde.

In den Redaktionen US-amerikanischer Zeitungen und Zeitschriften herrschte bis in die 1950er-Jahre das Bewusstsein vor, dass Journalisten und Reporter und ihre zu dem Zeitpunkt noch wenigen Kolleginnen in ihrer Berichterstattung unbedingt und ausschließlich eine objektive Haltung einzunehmen und dass sie selbst mit ihren persönlichen Einschätzungen zu dem jeweiligen Sachverhalt unsichtbar zu sein haben. Tatsächlich kam der Anstoß zu einem Sinneswandel in dieser elementaren Frage denn auch nicht von innen heraus, aus den Redaktionsstuben, sondern von den Literaten, die sich nicht selten auch als Textzulieferer von Publikationen wie *New York Tribune*, *Collier's Weekly* oder *Harper's Magazine* verdingten. Leute wie Mark Twain, Jack London, Ernest Hemingway oder Richard Wright brachten als Mitgift in die Partnerschaft mit dem Medium Zeitung ihre literarischen Fertigkeiten in der authentischen, szenischen Darstellung von Menschen ein.

Gleichzeitig führte die abrupte Steigerung des Wissenspotenzials innerhalb der US-Bevölkerung seit Ende des Zweiten Weltkriegs, das John Hollowell, Autor einer der kenntnisreichsten Monografien zum New Journalism wie zu dessen großer Schwester, der Nonfiction Novel, als »knowledge explosion« (Hollowell 1977: 24) bezeichnet, dazu, dass das Lesepublikum bei Zeitungen- und Zeitschriftenartikeln nach tiefer gehenden Darstellungen in der Berichterstattung dürstete; nach mehr Hintergrundinformationen, nach schärferen Interpretationen und Analysen sowie nach psychologischer Auslotung der beschriebenen Personen (vgl. Hollowell 1977: 24).

Paradigmenwechsel durch den New Journalism

Es sollte aber bis zu den frühen 1960er-Jahren dauern, bis zum Erscheinen des New Journalism, das Tom Wolfe, einer der profiliertesten Vertreter dieser durchaus heterogenen Strömung, mit dem Einfall der Hunnen in Europa verglich (vgl. Wolfe/Johnson 1973: 3), dass es in den Vereinigten Staaten zu einem Paradigmenwechsel hinsichtlich dessen kam, was in Fragen der Perspektive, der Gewichtung, der Form und nicht zuletzt des Entertainments in der journalistischen Berichterstattung statthaft sei. Die Vertreter dieser neuen Strömung, zu der nicht nur, aber gerade auch Schriftsteller und Schriftstellerinnen zählten, trieben die Präsentation nichtfiktionaler Sachverhalte mit literarischen Stilmitteln radikal voran (dieser Know-how-Austausch geht bis heute freilich auch in umgekehrter Richtung vonstatten, so »übernehmen literarische Autoren regelmäßig Recherche- und Darstellungstechniken, die üblicherweise dem Journalismussystem zugeschrieben werden« [Eberwein 2013: 69]).

Zu der Abenteuerlust der New Journalists trug auch die sich bildende Szene von Undergroundzeitungen in den USA bei. Die Beiträge von Blättern wie *Berkeley Barb*, *East Village Other*, *Los Angeles Free Press*, *Rolling Stone* (der unter der Leitung Jann Wenners rasch selbst zu einem Musterkatalog des New Journalism wurde und diesen popularisierte) oder *The Black Panther* waren – zumindest anfangs – oftmals stilistisch unzulänglich geschrieben; doch ihre Verfasser*innen waren couragiert und innovativ, und sie scherten sich nicht um journalistische Standards, sondern schrieben einfach drauflos, was mitunter zu erstaunlichen Einsichten und einem frischen Blick auf die sich rasant verändernde Wirklichkeit der 1960er-Jahre führte, sei es auf gesellschaftlichem, politischem oder kulturellem Gebiet. In dieser aufgeladenen Zeit, in der alles Hergebrachte infrage gestellt wurde, stachelte der Wagemut der Quereinsteiger wiederum ihre professionellen Kollegen und Kolleginnen des New Journalism an, die der US-Autor Marc Weingarten im Titel seines 2006 erschienenen Buches über diese besonders in den 1960er/70er-Jahren prägende Spielart als

»the gang that wouldn't write straight« bezeichnet, ihrerseits weiter Neues auszuprobieren.

Die literarischen Techniken, mit denen in der Folgezeit in Artikeln des New Journalism experimentiert wurde, waren zahlreich. Zu den Elementen, die immer wieder eingesetzt wurden, zählen neben anderen die folgenden (vgl. Hollowell 1977: 26ff.):

- *Dramatic Scene:* Der ungewohnt erzählerische, dramaturgische Aufbau einer nichtfiktionalen Story ist eines der Hauptmerkmale des New Journalism, wie es etwa *In Cold Blood* (1965), Truman Capotes berühmte Aufarbeitung eines Vierfachmordes in Kansas, Hunter S. Thompsons Reportagebuch *Hell's Angels: The Strange and Terrible Saga of the Outlaw Motorcycle Gangs* (1967) oder Joe Eszterhas' Artikel »Charlie Simpson's Apocalypse« (1972) zeigen.
- *Recording Dialog in Full:* Die bei einem Vorkommnis, über das es zu berichten gilt, notierten oder aufgezeichneten Gespräche werden im Artikel in Dialogform vollständig wiedergegeben; bekannte Beispiele hierfür sind Gay Taleses in Form einer Kurzgeschichte ausgeführter Report »Joe Louis – The King as a Middle-Aged Man« (1962), Tom Wolfes Black-Panthers-Bericht »Radical Chic« (1970) oder Norman Mailers Tatsachenroman *The Executioner's Song* (1979) über den Doppelmörder Gary Gilmore.
- *Status Details*: Der Autor respektive die Autorin taxiert die Personen im Text: Die Wiedergabe ihres Auftretens und Gebarens, ihrer Physiognomie, ihrer Kleidung, ihrer Accessoires, ihres Sprechens und anderer Merkmale sollen dem Publikum ihren jeweiligen gesellschaftlichen Status herausstellen, so wie es etwa Mailer in seiner 1970 in dem Magazin *Life* veröffentlichten Apollo-11-Reportage »Of a Fire on the Moon« anhand der Begegnungen mit den Frauen der Astronauten, mit Wernher von Braun und anderen NASA-Mitarbeitern oder Schaulustigen, die dem Raketenstart beiwohnen, getan hat.
- *Point of View*: Statt die Figur selbst über ihre Ansichten und Gedanken sprechen zu lassen und so ein Persönlichkeitsprofil von ihr zu erstellen, wird sie über Dritte, die dieser nahestehen, charakterisiert, in dem der Autor oder die Autorin diese über die betreffende Person erzählen lässt; das berühmteste Beispiel für diese Vorgehensweise ist Gay Taleses Reportage »Frank Sinatra has a Cold« (1966), in der der titelgebende Sänger, die Person, um die sich in dem ausladenden Text letztlich alles dreht, selbst überhaupt nicht zu Wort kommt.
- *Interior Monologue*: Um der Leserschaft eine Innensicht ihrer im Text prominent aufgeführten Personen zu ermöglichen, nutzen Autorinnen und Autoren immer wieder die Technik des inneren Monologs, der einen unmittelbaren Zugang zu deren Denk- und Gefühlswelt erlaubt; eine Herangehensweise, die im traditionellen Journalismus tabu ist, einem Gay Talese 1969 für »The Kingdom and the Power«, seinem Bericht über die

inneren Strukturen seiner publizistischen Wiege, *The New York Times*, aber gerade recht kam.

- *Composite Characterization*: Mit dieser Technik aus der literarischen Praxis wird eine Figur aus den Komponenten beziehungsweise Attributen mehrerer realer Personen zusammengesetzt und ist somit selbst fiktiv; alles an dieser Kunstfigur ist wahr, alles, was sie sagt, ist so einmal gesagt worden, trifft aber insgesamt nicht auf eine einzelne Person zu; an dieses für eine journalistische Arbeit delikate Vorgehen wagte sich 1971 zum Beispiel die US-Autorin Gail Sheehy mit »Redpants and Sugarman«, dem zweiten Teil ihrer in der Zeitschrift New York erschienenen Artikelserie über Prostitution in New York City, heran.

Diese wie die im weiteren Verlauf des Textes dargestellten formalen Techniken sind im New Journalism verwendet worden, um Reportagen und Berichte wie in Bewegung gesetzte tableaux vivants erscheinen zu lassen, die von allen Seiten zu begutachten und sogar zu begehen sind. Die Journalist*innen setzten damit einen aus dem Spektrum fiktionaler Werke entlehnten und für ihre Bedürfnisse neu gefügten Rahmen, um sauber recherchierte Fakten anschaulich zu präsentieren. Keinesfalls wollten sie ihr Publikum täuschen, indem sie ihrer Fantasie in der Beschreibung oder im szenischen Aufbau freien Lauf ließen. Gay Talese etwa machte es in »Frank Sinatra has a Cold« unmissverständlich klar, dass er die Hauptfigur seines Textes nicht gesprochen hatte. Und dass Leser*innen von Gail Sheehys »Redpants and Sugarman« die dort beschriebene Person für real hielten, ist der Nachlässigkeit der *New York*-Redaktion zuzuschreiben: Sheehys Hinweis auf besagten Umstand war einfach nicht mit abgedruckt worden. Damals galt das, was auch heute für journalistische Beiträge unabdingbar ist: Fiktionale Einschübe müssen als solche gekennzeichnet sein.

Superman Comes to the Supermarket: JFK als existentialistischer Held

Einer der Texte, auf den sich der in seinem Repertoire eben nicht – wohl aber in der Konsequenz bei dessen Anwendung – originäre New Journalism gründet, ist »Superman Comes to the Supermarket« von Norman Mailer. Im November 1960 im US-Magazin *Esquire* veröffentlicht, behandelt der umfangreiche Beitrag den Parteitag der Demokratischen Partei vom Juli 1960 in Los Angeles, bei dem diese mit John F. Kennedy ihren Kandidaten für die im selben Jahr stattfindende Präsidentschaftswahl nominierte. Der siebenunddreißigjährige Schriftsteller, der zwölf Jahre zuvor als Debütant mit dem Kriegsroman »The Naked and the Dead« aus dem Stand einen Bestseller abgeliefert hatte, war bis

dato in begrenztem Rahmen als politischer Kommentator, nicht aber als politischer Berichterstatter hervorgetreten. Entsprechend zögerlich war er, als ihn *Esquire*-Redakteur Clay Felker mit diesem Bericht beauftragte. Mailer hatte keine Erfahrung im Umgang mit Politikern und wusste zunächst nicht, wie er einen solchen Text anlegen sollte. Zusammen mit Felker flog er einige Tag vor Beginn des Parteikonvents von New York nach L.A., um ein Gefühl für die Stadt im Vorfeld dieser möglicherweise wegweisenden Delegiertenzusammenkunft zu bekommen. Als Mailer sich in die für ihn neue Szene eingewöhnt und Einblicke in die Abläufe eines solchen Nominierungsparteitages genommen hatte, formten sich in ihm die Parameter für seinen Bericht. Innerhalb von siebzehn Tagen hatte er einen Text mit dreizehntausend Wörtern beziehungsweise rund achtzigtausend Zeichen verfasst (zum Vergleich: Der Artikel, den Sie im Augenblick lesen, bringt es auf gerade mal siebentausend Wörter und knapp fünfzigtausend Zeichen).

»Superman Comes to the Supermarket« ist formal gesehen ein Zwitter aus Reportage und Essay. Zunächst zieht sich Mailer auf die Position des Berichterstatters zurück. Er lässt in Los Angeles den Blick schweifen und skizziert die Stadt am Pazifik, die er bereits in den Jahren 1949/50, als er versucht hatte, in Hollywood als Drehbuchschreiber Fuß zu fassen, für sich als »the ugliest city in the whole world« (zit. nach Lennon 2013: 119) ausgemacht hatte, in den düstersten Farben, nicht zuletzt wegen der Pastelltöne der Häuser, die ihm die Monotonie der Kleinstädte des Mittleren Westens und die Leblosigkeit von Suburbia spiegeln und ihm Sinnbild für die Konformität und Oberflächlichkeit der US-Gesellschaft in den Eisenhower-Jahren sind. Das heißt, schon beim Beschreiben äußerer Begebenheiten lässt er durch Assoziationen und Analogien seine eigene Haltung mit einfließen. In der letzten Ausgabe der *Journalistik* hat Hans Peter Bull zutreffend geschrieben: »Wer wahrhaftig berichten will, muss versuchen, seine Vorurteile zu unterdrücken« (Bull 2021: 145). Doch Mailer ging wie andere Vertreter des New Journalism den entgegengesetzten Weg: »The new journalist's stance is often openly critical of the powerful interests that control the dissemination of the news. By revealing his personal biases, the new journalist strives for a higher kind of ›objectivity.‹ [!] He attempts to explode the myth that any report can be objective by freely admitting his own prejudices« (Hollowell 1977: 22).

Dieser höheren Form der Objektivität versucht der Romancier Norman Mailer in seiner Funktion als Reporter in teils mäandernden Sätzen (der längste umfasst fünfhundertdrei Wörter) Genüge zu tun, indem er zunächst alles und jeden in auffallender Tristesse schildert: Los Angeles? Aseptische Vorhölle! Das von den Demokraten als Hauptquartier auserkorene Hotel Biltmore? Eine der hässlichsten Herbergen der Welt! Der angrenzende Pershing Square? Sudelareal für männliche Prostituierte und ihre nach außen heterosexuell lebenden

bürgerlichen Freier! Die Delegierten? Geschmacklose Hinterwäldler! Die Nominierungskandidaten? Überaltert, energielos, verbraucht! Der amerikanische Mythos? Durch den konservativen, konformistischen, konsumorientierten Zeitgeist erstickt!

Doch da ist einer, ein Einziger, ein junger strahlender Mann, John F. Kennedy, der sich durch seine Aura von der Jeremiade der Mailerschen Wahrnehmung abhebt; so wie er sich knapp drei Monate später in der ersten Fernsehdebatte in seinem schwarzen Anzug auf den Bildschirmen der heimischen Schwarzweißapparate optisch von seinem ältlichen republikanischen Kontrahenten Richard Nixon abhebt, der sich mit seinem hellen Anzug im harmonierenden Ton der Studiowände aufzulösen scheint.

In einem Absatz von »Superman Comes to the Supermarket« heißt es:

> »Since the First World War Americans have been leading a double life, and our history has moved on two rivers, one visible, the other underground; there has been the history of politics which is concrete, factual, practical and unbelievably dull if not for the consequences of the actions of some of these men; and there is a subterranean river of untapped, ferocious, lonely and romantic desires, that concentration of ecstasy and violence which is the dream life of the nation« (Mailer 1964: 38).

Norman Mailer ging es in seiner Reportage darum, eben diesen unterirdischen Fluss darzustellen, die brodelnden Kräfte des gesellschaftlichen Unbewussten. Eine Vorgehensweise, wie sie einem Psychiater, vielleicht einem Soziologen oder eben einem Künstler geziemt, nicht eigentlich aber einem Reporter, dessen Gestaltungsmaterial das sinnlich Erfahrbare ist: [The] »›events‹ Mailer chose to describe in this essay were selected by a professional novelist, not a political journalist« (Merrill 1978: 101).

Und noch etwas in der Art, wie Mailer seine Reportage angelegt hat, wäre für einen Journalisten aus dem Politikressort undenkbar. Im Artikel heißt es: »One kept advancing the argument that this campaign would be a contest of personalities, and Kennedy kept returning the discussion to politics. After a while one recognized this was an inevitable caution for him. So there would be not too much point to reconstructing the dialogue since Kennedy is hardly inarticulate about his political attitudes and there will be a library vault of text devoted to it in the newspapers.« (Mailer 1964: 46) Der Reporter Mailer weigert sich, die politischen Verlautbarungen des Kandidaten wiederzugeben. Er sieht seine Aufgabe eben nicht darin, die Vorhaben, Überzeugungen und Visionen Kennedys zu repetieren, dies könnten die Leser*innen schließlich in anderen Zeitungen erschöpfend nachlesen. Er enthält sich hier nicht etwa deshalb, weil er nichts zur politischen Agenda Kennedys zu sagen hätte, sondern weil ihm anderes während des Konvents dringlicher erscheint, was er von einer höheren Warte aus übersieht: Einerseits geht es ihm um eine umfassende Reflexion dessen, was

im Land – und eben nicht nur augenblicklich in Los Angeles – vor sich geht; andererseits ist es ihm eben darum getan, einen realen Menschen abzubilden (gleichzeitig entmenschlicht er ihn wieder, indem er ihn zu einer kulturellen Ikone macht und zum existentialistischen Helden ausruft [vgl. Watts 2016: 105], zum Leitbild des Hipster, den er 1957 in seinem berühmten Essay »The White Negro« durchdekliniert hat), der sich hier nach Mailers Ansicht nicht in dem offenbart, was der Kandidat vor Ort an wahlkämpferischem Bling-Bling versprüht. Solches möge von der anwesenden Journaille doch bitteschön wiedergeben, wer wolle, so seine Botschaft, er selbst habe dazu beim besten Willen weder Zeit noch Muße. Denn er ist mit dem diffizilen Werk der Anthropogenese des buchstabencodierten John Fitzgerald Kennedy befasst, dem er mit den Mitteln des Literaten vor den Augen der Leserinnen und Leser den lebendigen Odem einbläst, was sich unter anderem wie folgt darstellt:

> »His personal quality had a subtle, not quite describable intensity, a suggestion of dry pent heat perhaps, his eyes large, the pupils grey, the whites prominent, almost shocking, his most forceful feature: he had the eyes of a mountaineer. His appearance changed with his mood, strikingly so, and this made him always more interesting than what he was saying. He would seem at one moment older than his age, forty-eight or fifty, a tall, slim, sunburned professor with a pleasant weathered face, not even particularly handsome; five minutes later, talking to a press conference on his lawn, three microphones before him, a television camera turning, his appearance would have gone through a metamorphosis, he would look again like a movie star, his coloring vivid, his manner rich, his gestures strong and quick, alive with that concentration of vitality a successful actor always seems to radiate« (Mailer 1964: 47).

Mailers Aufsatz schlug hohe Wellen. Sein neuer Ansatz, einen solchen Nominierungsparteitag darzustellen, wurde ebenso anerkannt wie die Art und Weise, wie er den jungen John F. Kennedy inszeniert hatte: als messianische Figur, die dem nach strahlenden Helden dürstenden amerikanischen Volk den Glauben an den eigenen Mythos wiedergibt; eine Figur zudem, die fähig ist, die Verkrustungen der lähmenden McCarthy-Ära und der Eisenhowerjahre abzusprengen. Mailer war im Sommer 1960 keineswegs von der politischen Agenda Kennedys überzeugt, die er, der ehemalige Sozialist, als zu konventionell ansah, »[s]o I swallowed my doubts, my disquiets, and my certain distastes for Kennedy's dullness of mind and prefabricated politics, and did my best to write a piece which would help him to get elected« (Mailer 1964: 27).

Der Autor selbst sah seinen Artikel, der einige Wochen vor der Präsidentschaftswahl in *Esquire* veröffentlicht worden war, tatsächlich als Zünglein an der Waage für den überraschenden Triumph Kennedys an. Er habe dem jungen Senator für den Bundesstaat Massachusetts indirekt die Wahl gewonnen, denn »I had done something curious but indispensable for the campaign – succeeded

in making it dramatic. I had not shifted one hundred thousand votes directly, I had not. But a million people might have read my piece and some of them talked to other people« (Mailer 1964: 88f.).

Tatsache ist, dass man in politischen Kreisen auf Mailer aufmerksam wurde, und dieser sah seinen Artikel denn auch als Entree auf das politische Parkett. Nach dem knappen Sieg Kennedys erhoffte er sich einen Beraterposten in dessen Stab. Mailer glaubte sich in der Nachfolge eines Walter Lippmann, des einflussreichen politischen Kolumnisten und Autors, Magazinherausgebers und Beraters der Präsidenten Wilson, Kennedy und Johnson. Norman Mailer indes spielte keine Rolle in der sich formierenden Kennedyadministration. Daraufhin drängte es ihn, selbst ein politisches Amt zu bekleiden, und zwar das des Bürgermeisters von New York. Im November 1960 wollte er bekanntgeben, für die im Jahr darauf stattfindende Wahl zu kandidieren.

Kein Platz am Kabinettstisch

Nun war es allerdings so, dass sich der Schriftsteller Norman Mailer seit einigen Jahren in einer Schaffenskrise befand. Nach seinem Erfolg mit *The Naked and the Dead* hatte er mit dem die Linke Theorie diskutierenden Roman *Barbary Shore* einen veritablen Flop produziert, der genauso wie das nachfolgende *The Deer Park* auch bei der Kritik durchfiel. Seit Mitte der Fünfzigerjahre verlegte er sich mehr und mehr auf das Schreiben für Zeitungen und Zeitschriften. 1955 war er Mitgründer der New Yorker Szenezeitung *The Village Voice*. Für diese schrieb er anfangs eine Kolumne. Nach internen Streitigkeiten über das Lektorat und die Ausrichtung des Blattes zog er sich nach wenigen Monaten aus der redaktionellen Mitarbeit zurück.

Mailer erwies sich in dieser Phase seines Lebens als zur Teamarbeit unfähig. Er steckte voller Selbstzweifel und litt unter Depressionen. Zugleich führte er an der Seite seiner zweiten Frau Adele Morales ein ausschweifendes Gesellschaftsleben in der Stadt. Mailer schlug keine Einladung zu einer Party aus und ging oft als Letzter: volltrunken und zugedröhnt. In jenen Jahren kiffte er, schluckte regelmäßig Uppers und Downers. Diese Gefühls- und Konsumlage führten bei ihm zu oftmals extremen Stimmungsschwankungen, die ihn am 19. November 1960 dazu brachten, auf einer Party, bei der er seine Nominierung für die Bürgermeisterwahl bekanntgeben wollte, mit einem Messer auf seine Frau einzustechen und sie lebensgefährlich zu verletzen – gut eine Woche nach der Wahl John F. Kennedys zum fünfunddreißigsten Präsidenten der USA. Selbst wenn dieser Mailer in seinem Team hätte haben wollen, spätestens jetzt hätte er ihn wieder kaltstellen müssen. Dass bei Kennedys Amtseinführung dann der bereits gebrechliche Robert Frost als erster Poet überhaupt in diesem Rahmen

eines seiner Gedichte vortragen durfte, war für Mailer, der – notorisch geltungsbedürftig – keinen Augenblick gezögert hätte, einer Einladung des doch immerhin von ihm inthronisierten President-elect Folge zu leisten, dürfte als weitere Kränkung für ihn kaum noch fühlbar gewesen sein.

Doch als Autor war Norman Mailer nicht erledigt, im Gegenteil. Seine Frau wunderte sich, dass er noch in seinen ausschweifendsten Phasen zu arbeiten imstande war, »nach wie vor fähig, zu schreiben, gelegentlich sogar gut zu schreiben, wie der Artikel über Kennedy im *Esquire* beweist« (Mailer 2000: 347). Das Besondere an Mailers Artikel war, dass er nicht eigentlich ein Text über Kennedy war. Angesichts der Wirkung, die der Autor seinem Beitrag auf den Wahlausgang beimaß, ist man als Leser sogar erstaunt zu sehen, wie selten Kennedy tatsächlich im Text auftaucht. Entscheidend ist, in welchen Momenten Mailer ihn auftreten lässt. Der szenische Aufbau des Textes ist so gefügt – daran erweist sich der Formwille des Literaten –, dass Kennedy als Deus ex Machina erscheint. Bei seiner Ankunft am Hotel Biltmore erlebt man den jugendlichen Politaufsteiger zunächst aus der Distanz. Doch schon hier sind sein Auftreten und sein Äußeres angetan, das, was man zuvor von Mailer an Abstoßendem von Amerika anno 1960 vernommen hat, vergessen zu machen. Endlich kommt man Kennedy etwas näher im Nachbericht einer Pressekonferenz, und schließlich sitzt er uns förmlich gegenüber beim kurzen Interview, das er Mailer gewährt.

Doch, wie gesagt, dies sind Auftritte von kurzer Dauer. Der Autor will ein Gesamtbild des Konvents erschaffen, ihn drängt es an möglichst viele Orte, er muss sich mit Eindrücken und Gesprächen vollsaugen und diese so anschaulich wiedergeben, dass für die Leser*innen die Illusion entsteht, sie nähmen selbst an dem Parteitag teil. Laut dem zuständigen Redakteur Clay Felker lieferte sein Autor »insights that you yourself could never have thought of« (Manso 1985: 305). Und doch ist bei allem, worüber Mailer im Artikel in Abwesenheit Kennedys berichtet und reflektiert, die Immanenz des kommenden Präsidenten spürbar. Eine erstaunliche publizistische Leistung, über die sich kommende einflussreiche Journalisten wie Ed Kosner, Don Forst, Pete Hamill oder Al Aronowitz damals eifrig untereinander austauschten. Wäre es nach *Esquire*-Herausgeber Arnold Gingrich gegangen, wäre der Artikel übrigens überhaupt nicht erschienen. Felker berichtet: »Gingrich hated the piece, thought it was just blather. Except for the fact we had left space in the issue, he wouldn't have run it, and he told me so.« (Manso 1985: 304)

Mailer in der dritten Person

Während Mailer in »Superman Comes to the Supermarket« von den oben erwähnten Stilmitteln »Dramatic Scene«, »Status Details« und »Recording

Dialog in Full« für sich anverwandt und in seinen dort angestellten Reflexionen keinen Zweifel daran gelassen hatte, dass er wie schon zuvor als Kolumnist und Essayist jetzt auch als Reporter in dem Gewand eines Poeta doctus vor ein handverlesenes Bildungspublikum zu treten gedachte, fehlte die für seine journalistischen Arbeiten typischste Ingredienz noch. Erst vier Jahre später, in dem *Esquire*-Artikel »In The Red Light: A History of the Republican Convention in 1964« über den von der Präsidentschaftskandidatenkür des erzkonservativen Senators Barry Goldwater dominierten Parteitag der Republikanischen Partei, findet Norman Mailer erstmals den schreiberischen Dreh, für den er künftig gleichermaßen gerühmt, belächelt und verachtet werden sollte. Hatte er schon im »Superman«-Beitrag angedeutet, dass er nicht gewillt war, sich auf die Position des unbeteiligten Beobachters zu beschränken, so ging er jetzt den entscheidenden Schritt weiter und integrierte sich in seine Reportage selbst als Akteur der Ereignisse, die er als Berichterstatter schildert. Zwar agiert er hier noch nicht wie ein Feuerwehrmann, der Brände legt, um diese eigenhändig löschen zu können (diese Grenze sollte er erst in weiteren vier Jahren überschreiten), aber Mailer ist für seine Geschichte zumindest doch so etwas wie ein Brandbeschleuniger, ein Katalysator der Geschehnisse, die er selbst voranzutreiben gewillt und von denen zu berichten er beauftragt ist. Sein Biograf Carl Rollyson erkennt, »Mailer is not outside the action but an integral part of the setting he describes« (Rollyson 1991, 133). Die Doppelfunktion des Berichtenden und des Handelnden wird er 1968 in dem mit dem Pulitzerpreis bekränzten *The Armies of the Night* und in dem Reportagebuch *Miami and the Siege of Chicago* ausdehnen und auf die Spitze treiben.

Nach Ansicht von Werner D'Inka stellt dies ein für einen Journalisten und Reporter gefährlichen, letztlich nicht gangbaren Weg dar, denn der »Autor ist Diener seines Stoffes und Treuhänder seines Publikums, aber nicht Selbstdarsteller« (D'Inka 2019: 219). Tatsächlich sieht Norman Mailer, dessen persönlicher Stil in der Tradition eines William »Peter Porcupine« Cobbett, eines H. L. Mencken und der Muckraker steht, seine Verantwortung in allen drei Funktionen. Er fühlte sich als Autor dem Stoff und dem Publikum in gleichem Maße verpflichtet wie den Geschehnissen, in die er, der Tatmensch, geworfen war. So schildert er etwa in seiner Reportage »Miami and the Siege of Chicago«, wie er in der bürgerkriegsähnlichen Atmosphäre rund um den Parteikonvent der Demokratischen Partei 1968 in Chicago sich den Anweisungen eines Nationalgardisten widersetzt, in der Folge von einer Gruppe Soldaten abgeführt und für kurze Zeit festgesetzt wird, wie er in den tumultuösen Szenen unterhalb des Fensters seines im neunzehnten Stock gelegenen Hotelzimmers, wo Gruppen von Demonstrant*innen von der Polizei mit Tränengas- und Schlagstockeinsatz auseinandergetrieben werden, eine gewisse Schönheit erblickt; und er ergreift sogar offen Partei für die linken Demonstrant*innen, deren Duldsamkeit und Ausdauer

angesichts des tagelangen massiven Einschreitens von Polizei und Nationalgarde Mailer tief bewegt, indem er zu ihnen redet und sie seiner Solidarität versichert; später unternimmt er sogar den halbherzigen Versuch, dreihundert Parteidelegierte dazu zu gewinnen, sich einem Protestmarsch anzuschließen, damit diese einen Schutzschild um die jugendlichen Demonstranten bilden.

Journalistisches No-go oder Might-go

Wie Schauspieler*innen bereits früh klargemacht wird, dass sie bei einem Dreh nicht in die Kamera zu schauen haben, so erfahren Journalist*innen in Ländern, in denen Medien nicht von der Politik gegängelt werden, während ihrer Ausbildung, dass Neutralität stets das oberste Prinzip in ihrer Berichterstattung zu sein hat. Doch gibt es Einschränkungen, denn »[w]hile ›neutrality‹ is one standard in journalism, it's always been clear that journalists need not be neutral about everything. They need not be neutral, for example, about violent attacks upon the institutions that make democracy and self-government possible, a system in which they play a crucial role.« (Clark 2021) Bezögen wir bei den Institutionen den Souverän als Körperschaft mit ein, könnten wir diese Ausnahme auch auf Mailers Ausführungen zu den Ausschreitungen in Chicago und zu seiner Rolle beim Protestmarsch auf das Pentagon 1967 (*The Armies of the Night*) anwenden. Doch galten dem freiheitsliebenden Mailer selbstverpflichtende Kategorien wie diese in seinem journalistischen Wirken ohnehin als Makulatur.

Die von Werner D'Inka für Reportagen zurückgewiesene Ich-Form zumindest hat Mailer nach einmaliger Anwendung in dem bereits erwähnten Artikel »In The Red Light« für sich gleichfalls ausgeschlossen. Er rekurrierte fortan auf sich selbst in der dritten Person. Er, der sich in seinen Beiträgen als eine Figur neben andere stellte, verpasste sich in seinen groß angelegten Berichten Namen wie »the reporter« (*Miami and the Siege of Chicago*), »Mailer« (*The Armies of the Night*), »Aquarius« (*Of a Fire on the Moon*) oder »the interviewer« (*The Fight*). Und diese führte er so durch seine Reports und Reflexionen wie ein Romancier seine Figuren durch eine Geschichte navigiert. Entsprechend vorsichtig gilt es für die Forschung zu sein, in Mailers journalistischen Arbeiten eine Kongruenz zwischen dem Autor und den nach ihm modellierten Figuren zu postulieren.

Mailers Weg als Journalist führte ihn neben weiteren Reportagen von Nominierungsparteitagen (bis in die Neunzigerjahre) über Kolumnen, Rezensionen und Interviews (unter anderen mit Madonna) bis zu seiner investigativen Arbeit über Lee Harvey Oswald, für die er Zugang zu bislang verschlossenen KGB-Akten erhalten hatte. Sechzehn Jahre zuvor hatte er mit *The Executioner's Song* (1979) einen Text vorgelegt, der auf der Grenze zwischen journalistischem Bericht und Tatsachenroman (»Nonfiction Novel«) stand. Das Buch über den

auf seine eigene Hinrichtung insistierenden Mörder Gary Gilmore stellt eine Bravourleistung in Sachen Recherche und Authentizität dar. Zusammen mit dem Autor und Regisseur Lawrence Schiller, mit dem er schon bei seiner umstrittenen wie kommerziell erfolgreichen Marilyn-Monroe-Biografie von 1973 zusammengearbeitet hatte, führte Mailer Hunderte von Interviews und gestaltete daraus einen Text, der die Leserschaft zu den Tatorten, ins Gefängnis, vor Gericht und in den Hinrichtungsraum führt und der darüber hinaus ein Lehrstück über die Wesenhaftigkeit des Mormonenstaates Utah, die Selbstbestimmtheit des Individuums hinsichtlich des eigenen Todes, die Sinnhaftigkeit der Todesstrafe und die behördlichen Abläufe bei einer potenziellen Begnadigung ist.

Die Fülle und der Erkenntnisreichtum der publizistischen Schriften Norman Mailers stehen denen seines belletristischen Werkes in nichts nach, im Gegenteil. In den USA gibt es das geflügelte Wort, »that journalists write the ›first draft of history [...]‹« (Vaughn 2008: xxv). In dieser Hinsicht hat Mailer als Beobachter und gleichzeitiger Kommentator der Zeitläufte der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts in den Vereinigten Staaten einen großen Beitrag geleistet, der kommenden Generationen hilft, zu sehen und zu verstehen, wo die Konfrontationslinien innerhalb der amerikanischen Gesellschaft verliefen und wie sich die daraus folgenden Geschichten zu Geschichte verdichteten. Mailer erfasste historische Ereignisse und indem er sie niederschrieb, betrieb er literarisch-journalistisches Reenactment, das als Ergänzung zu herkömmlichen papiernen Geschichtsbüchern verstanden werden muss.

Unbedingte Meinungsstärke

Mailer stand zeit seines Lebens als Autor und öffentliche Person im Ruf, Meinungen zu vertreten, die in den seltensten Fällen common sense waren, diese unter allen Umständen publik zu machen und gegen alle Widerstände zu verteidigen. Nach dem Zweiten Weltkrieg betrieb er zum Beispiel Wahlkampf für den progressiven Präsidentschaftskandidaten Henry Wallace, der für einen Ausgleich mit der Sowjetunion eintrat und den Kalten Krieg beenden wollte, eine Position, die sogar vielen Linken im Land Ende der Vierzigerjahre zu brisant erschien. Und Mailer ging noch weiter und sprach sich für ein sozialistisches Gesellschaftssystem auf amerikanischem Boden aus – eine durchaus unpopuläre und karrieregefährdende Einstellung zu einer Zeit, als der Senator von Wisconsin, Joseph R. McCarthy, »auszog, die Amerikaner das Fürchten vor dem Kommunismus zu lehren« (Angermann 1995: 346). Gleichzeitig stellte Mailer sich bei einer von sozialistischen Kräften finanzierten Friedenskonferenz vor eine Zuhörerschaft aus Kommunisten und Stalinisten und erklärte dieser, dass beide Systeme, das der USA und das der UdSSR, sich einander annähern und auf eine Form

des Staatskapitalismus zusteuern würden. Mailer gab sich erstmals vor seinen Genoss*innen und Mitstreiter*innen als Antistalinist zu erkennen – und als jemand, der sich nicht auf Linie bringen lässt, wenn er selbst zu anderen Ergebnissen gelangt. Dabei waren diese nicht immer zwangsläufig richtig. Bezüglich der Notwendigkeit der Verteidigung Europas durch die Amerikaner etwa, ausgeführt in dem 1954 in *Dissent* veröffentlichten Essay »The Meaning of Western Defense«, erwiesen sich seine Betrachtungen, die, wie er selbst einräumte, die analytische Anmut eines Walter Lippmann vermissen ließen (vgl. Mailer 1992: 187), als ebenso irrig wie seine Überlegungen zu einem von ihm vermuteten Supervulkanismus auf dem Mond, die er in *A Fire of the Moon* anstellt, seiner alles in allem brillanten Auseinandersetzung mit der ersten Mondlandung, die zugleich einen der Höhepunkte seines Flirts mit dem New Journalism darstellt.

Auch als sich erwies, dass Mailer für den Angriff auf seine Frau nicht ins Gefängnis musste, blieb er meinungsstark und provokant. So trug er etwa öffentliche Fehden mit dem konservativen Kommentator William F. Buckley Jr. oder dem Schriftstellerkollegen Gore Vidal aus. Daneben zog er, der in seinem Leben sechsmal verheiratet war und für seine Promiskuität, seinen ausgeprägten Machismo und seine Faszination von Gewalt bekannt war, spätestens Anfang der Siebzigerjahre mit seiner Streitschrift »The Prisoner of Sex« den geballten Zorn prominenter Feministinnen wie Kate Millett oder Germaine Greer auf sich.

Schon mit seinem Essay »The White Negro« hatte er keine Rücksicht auf etwaige Befindlichkeiten schwarzer US-Amerikaner wie den mit ihm befreundeten Schriftsteller James Baldwin genommen, als er darin Rassenstereotype bediente. Zwar brachte er sich gerne mit gezielten Provokationen ins Gespräch, doch war die Rolle des öffentlichen Buhmanns für Mailer kein Geschäftskalkül. Vielmehr ging es ihm, dem selbsternannten psychic outlaw, darum, Denkanstöße zu geben und – auch auf die Gefahr hin, verfemt zu werden – gesellschaftliche und politische Debatten anzustoßen, indem er an Tabus rührte sowie sensible Themen aufgriff und die kontrovers geführten Diskussionen darüber noch weiter zuspitzte, um wahrhaftiges freiheitliches Leben und Denken zu erstreben und zu gewährleisten. Diese Haltung prägt seine journalistischen Arbeiten.

Unzeit für Mailerschen Vollkontaktjournalismus

Dies war in Zeiten vor entfesselter Political Correctness und Cancel Culture. Beide Kampfbegriffe stehen beispielhaft für eine Entwicklung in der öffentlichen Meinungsbildung, die es einem Norman Mailer heute unmöglich machen würden, den von ihm gepflegten Vollkontaktjournalismus zu seinen Konditionen weiterzuführen. Mailers langjähriger Wegbegleiter und Freund Gay Talese

bedauert diesen schleichenden Prozess, der den gesamtgesellschaftlichen Diskurs seines Landes verändert, wie er im Interview ausführt:

> »Es gibt keinen Norman Mailer mehr, der die Meinungsfreiheit in den Vereinigten Staaten verteidigen würde. Mein Land wird augenblicklich von einer Welle der Heuchelei im Namen der Tugend überschwemmt. Wir verteidigen die Menschenrechte und predigen sie in der ganzen Welt, halten uns aber selbst nicht daran. Redakteure von Zeitungen und Zeitschriften werden heutzutage gefeuert, wenn sie Dinge abdrucken, mit denen ihre jungen Mitarbeiter nicht einverstanden sind. Der opinion editor der *New York Times* [James Bennet, S.T.] verlor aus diesem Grund im vergangenen Jahr seine Stellung. Das ist im selben Jahr noch weiteren Redakteuren widerfahren, darunter einem vom *Philadelphia Inquirer* [Stan Wischnowski, S.T.]. Vor nicht allzu langer Zeit wurde der Herausgeber der *New York Review of Books*, Ian Buruma, entlassen, weil er den Text eines umstrittenen Moderators veröffentlicht hatte. Warum ich das alles erwähne? Weil es im Moment keine Schriftsteller, keine Redakteure, keine Verleger, weil es überhaupt niemanden gibt, der dagegen protestieren würde. Wir in Amerika setzen uns angeblich für die Redefreiheit ein, für die Freiheit zu schreiben, zu denken und zu reden. Aber wenn da plötzlich etwas ist, was die Mehrheit als beleidigend empfindet, erleben wir Zensur und die Entlassung von Menschen« (Thomsen 2020a).

Während die verschiedenen Stimmen im wissenschaftlichen Diskurs des deutschsprachigen Raumes noch damit befasst sind, den Begriff Cancel Culture überhaupt zu determinieren und darin übereinzukommen, ob und in welcher Form es ein solches Phänomen hier überhaupt gibt, wird es auch bei uns schwieriger, eine Meinung zu platzieren, die dem Konsens entgegensteht. Die das Heft des Handelns bei der Beurteilung dessen in der Hand haben, was politically correct, was in der Öffentlichkeit sagbar ist und was nicht, sprechen mittlerweile immer öfter Empfehlungen aus, wer bei einem allgemeinen Diskurs gelitten sein sollte und wer nicht.

Ein Norman Mailer hatte es als Bestsellerautor sogar in der Ära Eisenhower leichter, öffentliche Plattformen zu finden, von denen aus er seine stets pointiert vertretenen und apodiktisch vorgetragenen Ansichten zu Bereichen wie Literatur, Rasse, Homosexualität, Religion, Gewalt, Drogen oder Politik verbreiten konnte. Die Macher von US-Magazinen wie *Esquire*, *Dissent*, *Life*, *The New Yorker* oder *The Atlantic* waren damals freilich auch von einem progressiven Geist durchdrungen, der dem stickigen gesellschaftlichen Klima entgegenstand. Mailer attackierte. Mit seiner Person und der Vehemenz seiner Angriffe provozierte er starke Gegenreaktionen. Doch er blieb mit den meisten seiner Gegner*innen im Gespräch. Der Verfasser des von etlichen Feministinnen als frauenverachtend empfundenen Romans *An American Dream* stellte sich etwa im Rahmen einer öffentlichen Debatte seinen Widersacherinnen.

Diese Auseinandersetzung fand vor fünfzig Jahren statt. Und heute? Die Professorin und Autorin Wendy Lesser ist überzeugt, dass die augenblicklichen Gegebenheiten im öffentlichen Raum gegen einen Norman Mailer sprechen, dass »die Zeit der Triggerwarnungen und der extremen Sensibilität in Bezug auf Rassen- und Geschlechterfragen nicht wirklich eine Zeit ist, in der man Mailer in vollem Umfang würdigen kann« (Thomsen 2020b).

Dabei wäre eine polarisierende Gestalt, die Einspruch duldet, ja, diesen sogar einfordert, im gegenwärtigen Klima, in der jeder und jede im uferlosen Raum des Internets ihre Ansichten kundtun, gleichzeitig aber selbst komplementären Meinungen gegenüber nicht aufnahmefähig zu sein scheinen, so wichtig. Die Regeln, wem was in welchem Rahmen in der Öffentlichkeit zu sagen gestattet ist, werden im Moment offenbar von der sich durch die eigene moralisch-ethische Kandare selbst gängelnden Volksseele diktiert. John Stuart Mill als unbedingter Verteidiger der Meinungs-, Rede- und Pressefreiheit konstatierte im neunzehnten Jahrhundert: »If all mankind minus one were of one opinion, and only one person were of the contrary opinion, mankind would be no more justified in silencing that one person than he, if he had the power, would be justified in silencing mankind« (Mill 2009: 19). Dass es dieses Prinzip immer wieder aufs Neue zu verteidigen gilt, bestätigte Norman Mailer noch einmal drei Jahre vor seinem Tod, als er in einem Interview sagte: »I hate political correctness. My gut feeling is that at any given moment you have to explore what the nitty-gritty is, what the sense of the occasion is. I'm opposed to ideology« (Hammond 2004).

Über den Autor

Steven Thomsen (*1969), M.A., ist freier Journalist und Autor. Seit den 1990er-Jahren veröffentlicht er Beiträge in Zeitungen und Zeitschriften wie *Computerwoche*, *Die Welt*, *Management und Training*, *Westfälische Rundschau*, *Stuttgarter Zeitung*, *Darmstädter Echo*, *Rheinische Post* oder *Publik-Forum*. Derzeit arbeitet der studierte Literaturwissenschaftler an einem Buch über Leben und Werk Norman Mailers, das im Herbst 2022 erscheint. Kontakt: steven.thomsen@gmx.net

Literatur

Angermann, Erich (1995): *Die Vereinigten Staaten von Amerika seit 1917* (9. Aufl., zuerst 1966). München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Bull, Hans Peter (2021): Wie wahr ist mediale Berichterstattung? Über Unsitten und Unwissenheit in der öffentlichen Kommunikation. In:

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung, 4(2), S. 144-162. DOI: 10.1453/2569-152X-22021-11509-de

Clark, Roy Peter: Telling it like it is: When writing news requires a distance from neutrality. In: *Poynter*, 11.1.2021 https://www.poynter.org/reporting-editing/2021/telling-it-like-it-is-when-writing-news-requires-distance-from-neutrality/ (14.9.2021)

D'Inka, Werner (2019): Ein kleines Wort mit großen Folgen. Die Ich-Form im Journalismus: Grenzgängerei oder Transparenz-Vorbild? In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 2(3), S. 218-224. DOI: 10.1453/2569-152X-32019-10161-de

Eberwein, Tobias (2013): *Literarischer Journalismus. Theorie – Traditionen – Gegenwart*. Köln: Herbert von Halem.

Haller, Michael (2020): *Die Reportage: Theorie und Praxis des Erzähljournalismus*. (7. Aufl., zuerst 1987). Köln: Herbert von Halem.

Hammond, Margo: Norman Mailer on the Media and the Message. In: *Poynter*, 5.2.2004 https://www.poynter.org/reporting-editing/2004/norman-mailer-on-the-media-and-the-message/ (14.9.2021)

Hollowell, John (1977): *Fact & Fiction. The New Journalism and the Nonfiction Novel*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Lennon, J. Michael (2013): *Norman Mailer. A Double Life*. New York: Simon & Schuster.

Mailer, Adele (2000): *Die letzte Party. Mein Leben mit Norman Mailer*. München, Zürich: Piper.

Mailer, Norman (1964): Superman Comes to the Supermarket. In: Ders.: *The Presidential Papers*. New York: Bantam Books, S. 27-60.

Mailer, Norman (1968): *Miami and the Siege of Chicago. An Informal History of the Republican and Democratic Conventions of 1968*. New York: New York Review Books.

Mailer, Norman (1992): *Advertisements for Myself* (zuerst 1959). Cambridge (Massachusetts), London: Harvard University Press.

Manso, Peter (1985): *Mailer. His Life and Times*. New York: Simon & Schuster.

Merrill, Robert (1978): *Norman Mailer*. Boston: Twayne Publishers.

Mill, John Stuart (2009): On Liberty. In: Ders.: *The Basic Writings of John Stuart Mill: On Liberty, The Subjection of Women and Utilitarianism*. New York: Classic Books America, S. 2-128.

Rollyson, Carl (1991): *The Lives of Norman Mailer. A Biography*. New York: Paragon House.

Thomsen, Steven (2020a): Interview mit Gay Talese. Unveröffentlichtes Recherchematerial.

Thomsen, Steven (2020b): Interview mit Wendy Lesser. Unveröffentlichtes Recherchematerial.

Vaughn, Stephen L. (Hrsg.) (2008): Encyclopedia of American Journalism. New York, London: Routledge.
Watts, Steven (2016): *JFK and the Masculine Mystique. Sex and Power on the New Frontier.* New York: Thomas Dunne Books.
Wolfe, Tom; Johnson, E. W. (Hrsg.) (1973): *The New Journalism*. New York: Harper & Row.

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 3/2021, S. 259-269
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

Essay

Gabriele Hooffacker

Lasst uns über Utopien sprechen

Zur Aktualität der ökologischen Visionen und der Medienkritik in Ernest Callenbachs *Ökotopia*-Roman

***Abstract*: Utopien erlauben, die Gegenwart aus einer als positiv angenommenen Perspektive aus der Zukunft zu kritisieren. Derzeit dominieren jedoch Dystopien den Diskurs. Am Beispiel von Ernest Callenbachs *Ökotopia*-Roman von 1975 hat die Autorin die Aktualität einer positiven ökologischen Utopie in der Lehre erprobt: Im Rahmen einer Sommerakademie lasen Studierende Auszüge des Romans und untersuchten ihn auf seine positiven ökologischen Zukunftsvisionen einerseits, auf seine Kritik am zeitgenössischen Mediensystem andererseits. Die Studierenden waren fasziniert davon, wie viel Wissen über ökologische Zusammenhänge bereits Mitte der 1970er Jahre verfügbar war, und nahmen sich vor, künftig die Auswahl von Informationen sowie die mediale Darstellung von Krisenphänomenen stärker zu hinterfragen.**

Vor dem großen Thema des Klimawandels treten andere große Fragen der Menschheit wie Hunger, Krieg oder sogar Pandemien in den Hintergrund, insbesondere für diejenigen Generationen, die den größten Teil ihres Lebens noch vor sich haben. Sie kämpfen mit aller Kraft darum, die Welt, wie wir sie kennen, für sich und ihre Nachkommen zu erhalten. Doch sind sie angesichts dieser anstehenden Katastrophe überhaupt noch für positive Utopien empfänglich? Und wie sehen sie die Rolle der Medien?

Utopien liefern eine gute Möglichkeit, die Gegenwart im Gewand der Perspektive aus der Zukunft kritisch darzustellen. Ursprünglich auf Politik und Gesellschaft bezogen, haben sich im Verlauf des 19. Jahrhunderts die Wege wissenschaftlicher und literarischer Utopie getrennt (vgl. Seeßlen 1980: 21f.). Seit der industriellen Revolution sind Utopien auch immer technische Utopien. Oft ist es

ein Reisender, der an einem unbekannten Ort, Utopia bei Thomas Morus, oder am selben Ort in einer künftigen Epoche, bei H. G. Wells mittels Zeitmaschine in der Zukunft, landet und den Zurückgebliebenen – bei Wells sind auch Journalisten darunter – davon berichtet. Im Verlauf der Entwicklung des Genres steht der Spannungsaufbau immer mehr im Mittelpunkt sowie die Psychologie des Reisenden, der sich nunmehr auf »Heldenreise« begibt. Doch im Laufe des 20. Jahrhunderts treten an die Stelle der positiven Utopien eines Idealstaats, auch »Eutopien« genannt (Poltrum 2011: 23), immer mehr Dystopien: Zukunftsvisionen von katastrophenartigem Ausmaß.

Medien und Journalismus sind zwar oft Gegenstand von Science-Fiction-Filmen (vgl. Godulla 2017: 260f.), jedoch eher selten von Utopien in literarischer Form. Und wenn, dann sind es eher satirische Anspielungen und Seitenhiebe, wie bei Terry Pratchett im Band *Die volle Wahrheit*, einem Roman aus der Scheibenwelt-Serie, in dem der Held William de Worde die schönen Worte spricht: »Nachrichten sind hauptsächlich Dinge, von denen irgendwo irgendjemand möchte, dass wir sie nicht in der Zeitung bringen« (Pratchett 2003: 407).

Im Rahmen einer Sommerakademie zum Thema »Utopien – Dystopien« im August 2021 hatte die Autorin Gelegenheit, mehrere Tage mit von der Studienstiftung geförderten deutschsprachigen Studierenden über Utopien und ihre Rezeption zu diskutieren. Ein Workshop widmete sich einer ökologischen Utopie aus dem Genre Öko-Fiction, dem Roman *Ökotopia* von Ernest Callenbach. Der ganze Roman ist praktisch eine einzige Medienkritik, eine These, der die Teilnehmenden der Sommerakademie im Einzelnen nachgegangen sind. Und er ist eins der wenigen Beispiele einer weitgehend positiven Utopie, die technische und gesellschaftliche Entwicklungen verbindet.

Eine Auswahl der Ergebnisse dieses Lehrexperiments wird im Folgenden vorgestellt, zum einen, weil der Roman anlässlich der »Fridays for future«-Bewegung bei den Studierenden einen Nerv getroffen hat, aber auch in der Hoffnung, wieder ein wenig Aufmerksamkeit für die umwelttechnische und soziale Utopie Callenbachs zu wecken, die in der Gründungsphase der ökologischen Bewegung in den USA und in Europa eine wesentliche Rolle gespielt hat.

Vorweg: Die Studierenden waren fasziniert von den ökologischen Visionen Callenbachs auf der Basis der bis dahin bekannten Forschungsergebnisse. Und sie konnten sich nicht genug darüber wundern, wie lang es bis zu ihrer Umsetzung gedauert hat und zum Teil noch dauert.

Ökotopia – eine ökologische Utopie von 1975

Ernest Callenbach lässt seinen Helden, den US-amerikanischen Journalisten William Weston, im Jahr 1999 in doppelter Mission in das Land Ökotopia reisen.

Dabei handelt es sich um die US-Bundestaaten Washington, Oregon und Nordkalifornien, die sich Ende der 1970er Jahre von den USA abgespalten und einen ressourcenschonenden Alternativstaat aufgebaut haben – eine Art »alternate time stream novel«.

1999 bestehen keine Kontakte zwischen den beiden Ländern, auch keine diplomatischen. Es gibt eine nahezu undurchlässige Grenze; das Wissen in den USA über Ökotopia ist gering. Weston reist einerseits im Auftrag der *Times-Post* nach Ökotopia, aber auch im Auftrag des Präsidenten und des Weißen Hauses, um erste Kontakte nach Ökotopia zu knüpfen.

Er berichtet regelmäßig für die *Times-Post*, angefangen von der Anreise, dem Empfang an der Grenze, seinen ersten Eindrücken, seinen Reisen ins Landesinnere, seinen Erkundungen zum Verkehrswesen, zur Land- und Forstwirtschaft, zum Bildungs- und Wissenschaftsbetrieb, zum allesbeherrschenden Recycling und natürlich zu den Kommunikationstechniken und dem Mediensystem der Ökotopianer.

Gleichzeitig schreibt Weston Tagebuch. Im Roman sind den journalistischen Beiträgen jeweils die zeitlich parallelen Tagebucheinträge gegenübergestellt. Formal handelt es sich also zum einen um einen klassischen Roman in Tagebuchform, andererseits um einen Roman in Form journalistischer Beiträge.

Es gibt eine zunehmende Diskrepanz zwischen den Reportagen für die *Times-Post* und den eigenen Tagebuchaufzeichnungen Westons. Daraus lässt sich auf mehreren Ebenen Kritik am US-amerikanischen Mediensystem und dem amerikanischen Journalismus der 1970er Jahre ablesen.

Die ökotopianische Gesellschaft

Ohne die Einzelheiten der ökotopianischen Gesellschaft, wie Callenbach sie 1975 konstruiert hat, nachzuzeichnen, zum besseren Verständnis der Medienkritik eine Skizze seiner ökologischen Utopie.

Von zentraler Bedeutung ist das »stabile Gleichgewicht« als Grundprinzip des ökotopianischen Wirtschaftens. Dahinter steht ein ausgefeiltes Recycling-System mit Mülltrennung und der Wiederverwendung sämtlicher Abwässer und Abfälle. In der Produktion werden für Kleidung oder Baustoffe ausschließlich nachwachsende Rohstoffe verwendet, insbesondere Baumwolle, Leinen und Holz.

Entsprechend spielt die Forstwirtschaft neben der Landwirtschaft eine große Rolle (Weston erlebt im Lauf des Romans eine intensive Liebesbeziehung zu einer Art Oberförsterin namens Marissa, die neben der pragmatischen auch eine spirituelle Beziehung zu Bäumen hat). Bäume und Wälder sind zahlreich, ebenso

Wild, und die Stadtbewohner gehen regelmäßig mit Pfeil und Bogen auf die Jagd.

Die großen Städte wurden in überschaubare Gemeinschaften aufgeteilt. Die Möglichkeiten basisdemokratischer Mitwirkung sind zahlreich und werden auch gern genutzt. Überhaupt diskutieren die Ökotopianer gern; auf diese Weise lösen sie auch ihre Konflikte.

Magnetschwebebahnen überwinden lange Strecken, in den Städten gibt es kostenfreie elektrisch betriebene Busse und kostenlose Fahrräder für alle. Autos sind in den Städten zwar kaum mehr erforderlich, es gibt sie jedoch weiterhin. Sie werden aus normierten Bauteilen konstruiert, die man selbst zusammenstellen und leicht reparieren kann. Da viele Wege zu Fuß zurückgelegt werden, sind die Ökotopianer von bester Gesundheit.

Fabriken gehören den Arbeitern gemeinschaftlich. Sie haben das fordistische System der Arbeitsteilung überwunden; Maschineneinsatz erleichtert die Arbeit, alle Mitarbeiter:innen kennen den gesamten Produktionsablauf und haben vielfältige Aufgaben. Ähnlich überschaubar wie die Betriebseinheiten sind auch die Wohneinheiten. In großzügigen Mehrfamilienhäusern leben Menschen in Gruppen zusammen, wobei es jederzeit Rückzugsmöglichkeiten gibt. Gekocht und gegessen wird meist gemeinschaftlich, dasselbe gilt auch für die Kinderbetreuung. In den Schulen herrscht Präsenzunterricht, während die USA des Jahres 1999 längst zum computergestützten individuellen Heimunterricht übergegangen sind (Callenbach 1975/1990: 155).

Selbstverständlich sind Frauen (fast) vollständig emanzipiert. Ökotopia wird von einer Präsidentin regiert. Es gibt ein garantiertes Mindesteinkommen, das für Lebensmittel, Wohnung und medizinische Grundversorgung ausreicht. Lediglich eine Körperschaftssteuer wird erhoben, aber es gibt auch Konkurrenz wischen den kleinen Unternehmen (Schwendter 1994: 38). Marihuana ist legal (hier zeigt sich eine direkte Wunschvorstellung der 1970-er Jahre), freie Sexualität möglich (der Schilderung sexueller Aktivitäten gibt Callenbach viel Raum, was ihm Kritik aus feministischer Perspektive eingetragen hat), die meisten Ökotopianer leben jedoch in stabilen Paarbeziehungen. Es gibt Breitensport, aber keine sportlichen Wettkämpfe.

Besonders irritierend wirkt auf den Helden Weston die Rückbesinnung auf Tradition und Spiritualität der indigenen Bevölkerung, die sich auch in sonderbarer Kleidung äußert, und in den berüchtigten regelmäßigen Kampfspielen, die oftmals blutig enden.

Callenbach spart auch den Transfer von der US-Gesellschaft zur ökologischen Wirtschaftsform nicht aus und beschreibt nahezu genüsslich, wie wohlhabende Bürger das Land nach dem friedlichen Umschwung fluchtartig verlassen, woraufhin aus der Krisenerfahrung heraus spontan ihre Produktionsstätten und Betriebe vergesellschaftet werden.

Insgesamt ist *Ökotopia* ein Gegenentwurf zu Thomas Morus' *Utopia*. Ein Beispiel ist etwa das Verhältnis zum Wald: Bei Morus wird er nutzbar gemacht und abgeholzt. Bei Callenbach stehen bei aller Nutzung ein Aufforstungsprogramm im Mittelpunkt und ein reflektierter Umgang mit der Bedeutung, die Holz für den ökologischen Kreislauf hat.

Ähnlich unterschiedlich wird das Verhältnis von Arbeit und Muße gesehen. Wird bei Morus zu Beginn der Neuzeit eine strikte Trennung als Ideal angesehen, gehen zum Ausklang des industriellen Zeitalters bei Callenbach Arbeit und Muße direkt ineinander über.

Doch es gibt auch Gemeinsamkeiten:

- Utopia ebenso wie Ökotopia sind reale Orte, auch wenn es sich bei Ökotopia um eine Projektion in die nähere Zukunft handelt,
- beides sind formal Reiseberichte,
- beide üben im Gewand der Utopie Kritik an der eigenen Gegenwart.

Autor, Entstehungszeit und Rezeption

Offensichtlich lässt sich ein großer Teil der ökotopianischen Vision auf die Herkunft aus den Anfängen der sozial-ökologischen Bewegungen, insbesondere an der Westküste Kaliforniens zurückführen. Die Bezüge zur Krisenerfahrung in der Gesellschaft der USA in den 1970ern wurden von Richard Saage herausgearbeitet (vgl. Saage 2000: 1179f.). Ernest Callenbach selbst hat es so ausgedrückt: »Ich möchte sogar sagen, daß *Ökotopia* nur von jemand geschrieben werden konnte, der speziell hier in der San Francisco Bay Area lebt. Hier gibt es den ›Sierra Club‹, ›The Friends of the Earth‹ und viele andere ökologische Initiativen, die zu diesem Zeitpunkt anderswo gar nicht denkbar gewesen wären« (Saage 2000: 1180).

Wer war der Autor? Ernest William Callenbach (3. April 1929 in Williamsport, Pennsylvania – 16. April 2012 in Berkeley, Kalifornien) arbeitete als Schriftsteller und Filmjournalist. Als Universitätsdozent an der University of California in Berkeley war sein Lehrgebiet Filmgeschichte und Filmtheorie . Er gab bis 1991 die Zeitschrift Film Quarterly heraus (vgl. Saage 2000: 1181). Ökologie ist sein Lebensthema, *Ökotopia* sein Lebenswerk, wie er selbst schreibt.

So lässt er seinen Helden Weston, der seine Kinder in News York zurücklassen musste, betrauern, dass sie »ein Leben leben, das schließlich gefährlich ist und immer gefährlicher wird. Nicht nur wegen der Kriminalität und der verrückten Leute um sie herum, sondern weil abzusehen ist, daß Smog und Chemikalien noch unsere Kindeskinder vergiften werden.«

Anfangs wollte kein Verlag das Manuskript veröffentlichen, und Callenbach gab es schließlich 1974 im Selbstverlag heraus. Erst nach dem Erfolg des Romans

konnte es bei Bentham erscheinen (vgl. Saage 2000: 1180). Nach und nach wurde er in neun Sprachen übersetzt, 1978 erschien er auf Deutsch beim Rotbuch-Verlag, und bis Anfang der neunziger Jahre waren 600 000 Exemplare verkauft. Der Roman war teilweise Schullektüre; so kam bei Reclam eine gekürzte englischsprachige Fassung heraus. Aufgrund des Erfolgs schob Callenbach später noch ein Prequel unter dem Titel *Ein Weg nach Ökotopia* nach.

Insgesamt nahm der Roman großen Einfluss auf die Gegenkultur und die Entwicklung der grünen Bewegung Ende der 1970er Jahre in den USA ebenso wie in Europa (vgl. Saage 2000: 1181). Viele Bausteine der vorhersehbaren ökologischen Entwicklung waren bereits seit Beginn der 1970er Jahre bekannt, insbesondere seit der Veröffentlichung von »Die Grenzen des Wachstums« (1972) des Club of Rome. Darauf nahm die Autorin in ihrem kurzen einleitenden Vortrag vor Beginn der Gruppenarbeit auch Bezug, was später von den Studierenden aufgegriffen wurde.

Medienkritik bei Callenbach

Weston stellt im Verlauf seines Aufenthalts in Ökotopia fest: Die sozialen Beziehungen haben sich durch das veränderte Wirtschaften und Zusammenleben in den 24 Jahren von Ökotopias Bestehen grundsätzlich gewandelt. Eine wesentliche Rolle spielt dabei das ökotopianische Mediensystem, das den Helden besonders interessiert, da er selbst als Journalist arbeitet. Doch das ist nicht die einzige Form der Medienkritik, die Callenbach eingearbeitet hat.

Im Folgenden werden vier Ebenen der direkten und indirekten Medienkritik bei Ernst Callenbach identifiziert:

1. Darstellung des ökotopianischen Mediensystems
2. Erkennbares Framing in den Berichten und Reportagen für die *Times Post*
3. Das Mediensystem als Erfüllungsgehilfe der Regierung (Erkenntnis des Reisenden: Zahlreiche kriegerische Auseinandersetzungen werden den US-Bürger:innen verschwiegen)
4. Zunehmendes inhaltliches Auseinanderdriften der Zeitungsbeiträge und der Tagebucheinträge bis hin zum (erwartbaren) Entschluss des Autors, nicht mehr in die USA zurückzukehren.

Mediensystem

Das ökotopianische Mediensystem ist die direkte Antwort auf den seit den 1960er Jahren beobachtbaren Konzentrationsprozess der Medienunternehmen in den USA, horizontal wie vertikal. Als Gegenentwurf wurden in Ökotopia die großen Medienkonzerne zerschlagen und kleine, lokale Medienunternehmen

aufgebaut, insbesondere Fernsehsender. Entsprechend wird das Programm von Lokalnachrichten dominiert, etwa der Übertragung von Bürgerversammlungen, und einer anarchistisch anmutenden Programmzusammenstellung zwischen Komikerauftritten, alten Spielfilmen, Rockmusik und übernommenen Dokumentarfilmen. Mittels eines telefonischen Rückkanals können alle Zuschauer mitdiskutieren.

Das ökotopianische Pressegesetz verbietet Medienkonzentration. Bei der Werbung sollen kleine Produktionsunternehmen bevorzugt werden. Und anstelle einer großen Tageszeitung gibt es in San Francisco nun viele – sie bilden das gesamte Meinungsspektrum ab. Aber auch die anderen Städte verfügen nun über mehrere Presseorgane: vier in Seattle, drei in Portland, drei in Sacramento – angesichts des aktuellen Zeitungssterbens in den USA eine wahrhaft utopische Vision.

Technisch setzen die Zeitungen das Prinzip des E-Papers um: Sie werden zentral in Computern gespeichert und können dezentral sehr schnell kopiert oder auch nur vorübergehend mit einer Art elektronischer Tinte ausgegeben werden. Ähnlich werden Bücher verbreitet, so dass der Zugang zum Buchmarkt auch kleinen und Kleinstverlegern möglich ist. Alle Bücher können von der Nationalbibliothek in Berkeley elektronisch abgerufen und übermittelt werden (vgl. Callenbach 1975/1990: 149).

Bewegtbild dominiert auch die individuelle Kommunikation in Ökotopia: Nahezu flächendeckend ist kabelgebundene Videotelefonie verfügbar. Entsprechend entfallen zahlreiche Geschäftsreisen, Reisen findet vorwiegend zum Vergnügen statt (vgl. Callenbach 1975/1990: 53). Insgesamt ist die technische Entwicklung weit fortgeschritten: Es gibt »bemerkenswerte elektronische Kleingeräte«, etwa winzige tragbare Stereoanlagen und Funksprechgeräte in kleinen leichten Kopfhörern sowie hochempfindliche Steuerungsgeräte für Solarheizungssysteme.

Den Studierenden des Jahres 2021 fiel positiv auf, dass es im ganzen Roman keine Technikfeindlichkeit gibt. Im Gegenteil werden elektrotechnische Erfindungen geschätzt; Technik wird in Ökotopia auf hohem Niveau unter ökologischen Gesichtspunkten weiterentwickelt und dient dem gesamten Gemeinwesen. Damit nimmt Callenbach die Entstehung der ersten virtuellen Gemeinschaften vorweg, die ebenfalls in Kalifornien angesiedelt und aus der Alternativszene entstanden waren, wie »The Well«, das Howard Rheingold beschreibt (vgl. Rheingold 1994).

Framing

Den Studierenden fiel beim Lesen ausgewählter Beispiele auf, dass Weston in seinen Beiträgen für die *Times-Post* zu Beginn alles andere als nachrichtlich schreibt.

Seine Berichte und Reportagen sind stark meinungsgefärbt; sie sehen Ökotopia durch die Brille des zeitgenössischen US-Amerikaners.

Er beschreibt bespielsweise den ökotopianischen Staatssekretär, der ihm das Wirtschaftssystem erklärt, mit herablassenden Adjektiven und Verben. Zwar gibt er wieder, wie der Staatssekretär die Vorteile des eigenen Umweltkreislaufs gegenüber der Ressourcenverschwendung der USA herausstellt, fährt aber in seiner Reportage fort: »Natürlich erweckte diese selbstgefällige Aufrechnung in jeder Beziehung meine Skepsis« (Callenbach 1975/1990: 27). Über die ökotopianische Vorliebe für gemeinsame sportliche Aktivitäten schreibt er: »Sogar Volleyball – Gott sei ihnen gnädig! – ist ein beliebter Zeitvertreib […]« (Callenbach 1975/1990: 49).

Offensichtlich kann der Journalist Weston sicher sein, dass seine Einschätzung vom Publikum in den Alt-USA geteilt wird, und stellt auf diese Weise Einvernehmen her. Eine Studentin beobachtete, dass die Trennung von Information und Meinung, eine Grundregel des angloamerikanischen Journalismus, hier von Callenbach mit voller Absicht nicht durchgehalten werde. Er karikiere hier wohl die zeitgenössische US-Berichterstattung über Länder des Ostblocks, Asiens oder Lateinamerikas, die voll von Vorurteilen und entsprechenden Frames gewesen sei.

Im Verlauf des Romans treten die Meinungsanteile in den Zeitungsbeiträgen in den Hintergrund. Der Journalist Weston scheint sich zunehmend zu bemühen, nunmehr objektiver über die Lage und die Verfasstheit Ökotopias zu berichten.

Zensur und Selbstzensur

Die stärkste Kritik am US-amerikanischen Mediensystem dürfte jedoch in einer Tagebuch-Szene beschrieben sein, in der Weston, der sich nunmehr mit ökotopianischen Journalisten angefreundet hat, gefragt wird: »Was war denn deiner Meinung nach die größte Story, die die Times je unterdrückt hat?« (Callenbach 1975/1990: 150). Weston versucht zunächst, sich aus der Affäre zu ziehen, in dem er die »die Sache mit der Schweinebucht« nennt, die dann schließlich doch veröffentlicht worden sein. Er spielt damit auf die Invasion in der Schweinebucht 1961 auf Kuba an, als mithilfe der CIA Fidel Castro gestürzt werden sollte. Die US-Regierung hatte zunächst ihre Beteiligung abgestritten, musste sie dann jedoch zugeben.

Ebenfalls nennt Weston die »Pentagon-Papiere« als Beispiel und hebt die positive Rolle der *Post* an der Veröffentlichung der zunächst geheim gehaltenen Studie zur Außenpolitik der USA hervor (in der Realität war es zunächst die *New York Times*), worin ihm die ökotopianischen Journalisten zustimmen.

Doch nun stellt sich heraus, dass die US-Medien ihren Bürgerinnen und Bürgern einen kompletten Krieg verschwiegen haben, den sogenannten Hubschrauberkrieg an der Grenze zwischen USA und Ökotopia. »Welcher Hubschrauberkrieg?« fragt Weston, und das nehmen ihm wiederum die ökotopianischen Journalisten zunächst nicht ab.

Warum wurde der Krieg verschwiegen? Weil die Ökotopianer ihn mit überlegener Technik, modernen Hubschrauber-Abwehrraketen in wenigen Tagen und unter großen Verlusten des US-Militärs gewonnen hatten. (Wer will, kann hier Anspielungen auf moderne Raketen-Abwehrsysteme während des Kalten Krieges entdecken). Ökotopia verteidigte sich also erfolgreich militärisch, nicht zuletzt auch wegen seines ausgezeichneten Geheimdiensts, gegen die USA, die versuchten, mit einer Strategie aus dem Vietnamkrieg zu siegen, was jedoch misslang (Callenbach 1975/1990: 153).

Obwohl Weston nunmehr von der Realität des Hubschrauberkriegs überzeugt ist, nimmt er sich vor, seinen Zeitungsleserinnen und -lesern davon nichts zu berichten. Vor sich selbst begründet er das damit: »(...) ich bin kein verantwortlungsloser Narr, der alles schreibt, was ihm gerade in den Kopf kommt« (Callenbach 1975/1990: 155). Später entschließt er sich, auf keinen Fall darüber zu schreiben, obwohl er inzwischen glaubt, »daß es in der jüngeren Geschichte unseres Landes möglicherweise noch weitere dunkle Kapitel von ähnlicher Ungeheuerlichkeit gibt [...]« (Callenbach 1975/1990: 163).

Formaler Aufbau

Wie beschrieben stellt der Roman jeweils den journalistischen Beitrag einer längeren Tagebuch-Eintragung Westons gegenüber. Die Studierenden haben herausgearbeitet, dass dabei den Berichten und Reportagen die Funktion zukommt, Callenbachs ökologische Vision zu beschreiben. Demgegenüber dienen die Tagebucheintragungen dazu, der Figur Weston psychologische Tiefe zu verleihen und Spannung zu erzeugen.

Zunächst stehen jedem Beitrag für die *Times-Post* jeweils thematisch passende und von ähnlichem Tenor getragene Tagebucheinträge gegenüber. Während das Unverständnis in den journalistischen Texten noch mit Sachargumenten gestützt wird, zeigt sich Weston in seinen Tagebucheinträgen als waschechter US-Amerikaner der Zukunft, etwas überheblich und von der US-Gesellschaft überzeugt.

Im Verlauf des Romans verändert sich das Verhältnis. Die journalistischen Beiträge werden zum einen objektiver, zum anderen stellen sie die ökotopianischen Verhältnisse mit zunehmendem Verständnis und sogar Sympathie dar. Schließlich wird der Autor von der Präsidentin Ökotopias empfangen. In seinem letzten Beitrag für die *Times-Post* zieht er als Fazit, »dass die hier durchgeführten

sozialen Experimente auf biologischer Ebene erfolgreich gewesen sind« (Callenbach 1975/1990: 201) – die Luft sei kristallklar, die Menschen seien gesund und fühlten sich wohl, und das Wirtschaftssystem könne auf unbegrenzte Zeit weiterhin funktionieren. Diese Aussage relativiert er in der Folge jedoch wieder und lobt die USA als das bessere System – so sehr, dass ihn am Schluss der eigene Beitrag anwidert.

Schließlich führt den Helden die Vorstellung, mit seiner Rückkehr in die USA seine Beziehung zur Ökotopianerin Marissa und zu den Menschen in Ökotopia zu verlieren, in eine tiefe psychische Krise, aus der er mit ökotopianischer Hilfe gestärkt hervorgeht und sich entschließt, in Ökotopia zu bleiben. Der Roman endet mit einem sachlichen Nachwort des New Yorker Herausgebers, dem Weston sein Tagebuch übersandt hat, und einem persönlichen Abschiedsbrief Westons an seinen New Yorker Freund – auch hier wird die formale Zweiteilung beibehalten.

Rezeption durch Studierende 2021

So wenig die Autorin einschätzen konnte, wie Callenbachs Öko-Fiction auf heutige Studierende wirkt, so sehr war sie von der positiven Aufnahme der Textauszüge überrascht. Die Studierenden berichteten sich gegenseitig von der ökotopianischen Wirtschafts- und Gesellschaftsform und hatten sichtlich Spaß an den technischen Spielereien, die Callenbach seinen Ökotopianern zugesteht.

Im Feedback bekundeten fast alle ihr Interesse, zum einen den Roman lesen zu wollen. Andere schrieben, dass sie die Medien künftig kritischer betrachten würden, oder dass man seine eigenen Frames hinterfragen sollte, wenn man berichtet.

Noch in der Mittagspause diskutierten sie heftig und mit einer für uns Lehrenden überraschenden Wendung. Eine Studentin forderte zunächst weiteren Raum für die Studierenden ein, in denen sie auf der Basis des bisher Gehörten ihre eigenen Visionen und Utopien aufschreiben wollten. Und ans Dozententeam gerichtet fragte sie leidenschaftlich: Wenn das alles 1975 schon bekannt war – warum habt ihr die Klimakatastrophe nicht verhindert?

Die weitere Diskussion sei hier nicht wiedergegeben – sie nahm ein paar Stereotypen der »Boomer«-Debatte auf und wandte sich schließlich der Möglichkeit einer generationenübergreifenden Zusammenarbeit zu, bei der auch die Rolle der Medien diskutiert wurde. Doch die Aktualität, ja geradezu die Notwendigkeit einer positiven Utopie angesichts der Klimakatastrophe hat sie insgesamt bestätigt.

Über die Autorin

Gabriele Hooffacker (*1959), Dr. phil., lehrt als Professorin an der Fakultät Informatik und Medien der HTWK Leipzig. Sie ist Mitherausgeberin der Zeitschrift *Journalistik*. Kontakt: g.hooffacker@link-m.de

Literaturverzeichnis

Callenbach, Ernest (1975/1990): *Ökotopia. Notizen und Reportagen von William Weston aus dem Jahre 1999* (2 Ausg., zuerst 1978). Berlin: Rotbuch.

Heinisch, Klaus (1980): *Der utopische Staat. Morus: Utopia, Campanella: Sonnenstaat, Bacon: Neu-Atlantis*. Reinbek: Rowohlt.

Godulla, Alexander (2017): Schlechte Nachrichten aus Dystopia? In: *Communicatio socialis* 50(4), S. 460-471.

Poltrum, Martin (2011): Eutopie, Dystopie, Kolonie. Utopisches Denken in der Psychotherapie. In: Musalek, Michael; Poltrum, Martin (Hrsg.): *Ars medica*. Berlin: Lengerich, S. 121-147.

Pratchett, Terry (2003): *Die volle Wahrheit. Ein Scheibenwelt-Roman*. München: Wilhelm Goldmann.

Rheingold, Howard (1994): V*irtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn: Addison Wesley.

Saage, Richard (1991): *Politische Utopien der Neuzeit*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Saage, Richard (2000): Zwischen Innovation und Regression. Zu Ernest Callenbachs »Ökotopia«. Notizen und Reportagen von William Weston aus dem Jahr 1999. In: *Utopie kreativ* (11)121/122, S. 1179-1191.

Schwendter, Rolf (1994): *Utopie. Überlegungen zu einem zeitlosen Begriff*. Berlin, Amsterdam: Edition ID-Archiv. Online unter: https://www.nadir.org/nadir/archiv/PolitischeStroemungen/utopie/utopie.html (4.8.2021)

Seeßlen, Georg (1980): *Kino des Utopischen. Geschichte und Mythologie des Science-Fiction-Films*. Reinbek: Rowohlt.

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 3/2021, S. 270-278
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

Debatte

Mandy Tröger

Journalismus in Zeiten des Tech-Sponsoring?

Eine These für einen stärkeren Journalismus in der digitalen Medienwelt

Abstract: **Aufbauend auf dem Beitrag von Günther und Schultz (2021) »Zehn Thesen für einen starken Journalismus in einer digitalen Medienwelt« bietet dieser Beitrag eine elfte These: Guter digitaler Journalismus problematisiert neue strukturelle Abhängigkeiten durch Tech-Sponsoring. Denn Journalismusfinanzierung durch Konzerne wie Google oder Facebook unterwirft digitalen Journalismus neuen Markt- und Produktlogiken, beispielsweise durch die Bereitstellung der digitalen Infrastruktur. Möglichkeiten und Grenzen dieser neuen Abhängigkeiten müssen in Lehre, Forschung und Praxis offensiv thematisiert werden.**

Etablierte Journalismuskonzepte und das ihnen zugrundeliegende Geschäftsmodell stecken seit Jahren in der Krise: Die Werbefinanzierung ist eingebrochen, soziale Medien nehmen in der Nachrichtenvermittlung eine immer zentralere Rolle ein und Technologiekonzerne wie Google und Facebook bieten mit »Google News Showcase« und »Facebook News« kostenfreie Nachrichten. In den USA finanziert Google lokalen Journalismus, Facebook startete das »Facebook Journalism Project«, eine Initiative zur Unterstützung lokaler Nachrichtenmedien, und Apple startete die Apple News+ (vgl. Tech Transparency Project 2019: 7ff.).

Woher kommt die Sorge der Technologieunternehmen um die (finanzielle) Stabilität des Journalismus? Laut Google möchte der Konzern »den Zugang zu Informationen ermöglichen und Verlage unterstützen«, indem er ihnen hilft, »ihre Inhalte durch ein verbessertes Storytelling-Erlebnis zu monetarisieren«

und »es den Menschen so ermöglichen, tiefer in komplexere Geschichten einzutauchen« (zit. in Bender 2020). Das klingt gut. Der Konzern preist sein Journalismus-Sponsoring in Europa und den USA als gesellschaftliches Engagement.

Zwar ist es in den USA nicht unüblich, dass nicht-journalistische Organisationen die Rolle von Verleger*innen übernehmen und so Journalismus direkt finanzieren. Laut Emily Bell (2019), zuständig für die redaktionelle Betreuung der digitalen Produkte des *Guardian* während den Anfängen der Zeitung bei Google News, sei aber die branchenweite Akzeptanz der Finanzierung durch Technologieunternehmen neu. Es sei fast unmöglich, einer Pressekonferenz beizuwohnen, von neuen Initiativen in Redaktionen zu hören oder auch nur einen Blick auf die Journalismusforschung zu werfen, ohne Googles Namen in den Finanzierungsnachweisen zu sehen (vgl. Bell 2019). Gleiches gilt für Deutschland.

Dementsprechend ist es für Journalist*innen und die Journalismusforschung dringend notwendig, sich mit Fragen des Tech-Sponsoring auseinanderzusetzen. Das heißt, es reicht nicht, auf »einen starken Journalismus in einer digitalen Medienwelt« (Günther/Schultz 2021) zu pochen, egal wir elaboriert und gut gemeint. Wenn die strukturellen und finanziellen Rahmenbedingungen neue Abhängigkeitsverhältnisse schaffen, müssen Fragen nach den Motiven des Tech-Sponsoring und den eventuellen Einflüssen auf journalistische Unabhängigkeit in den Vordergrund treten. Wofür geben Technologiekonzerne im Journalismus ihr Geld aus, wer profitiert davon und mit welchen Langzeitfolgen?

Aller philanthropischen Rhetorik zum Trotz: Profitorientierte Unternehmen wie Google, Facebook oder Apple tun nichts aus Nächstenliebe, auch nicht im Journalismus-Sponsoring. Das hat Konsequenzen, deren Tragweite nicht an Einzelbeispielen oder innerhalb staatlicher Grenzen festgemacht werden kann. Technologiekonzerne agieren global, dementsprechend müssen auch Journalismusfinanzierung und durch sie neu entstehende Abhängigkeitsverhältnisse in global strukturellen Zusammenhängen erklärt werden. Ob in Lehre, Forschung oder Praxis, eine kritische Auseinandersetzung mit diesen Fragen braucht einen zentralen Platz in der Debatte zum digitalen Journalismus.

Googles »Scheckbuch-Diplomatie«

Kein Unternehmen hat in den letzten zehn Jahren mehr für die Finanzierung und Unterstützung des Journalismus getan als Google. In Europa verschenkte Google zwischen den Jahren 2013 und 2019 mehr als 200 Millionen Euro an europäische Medienhäuser. Neben technologischen Entwicklungen fördert der Konzern Rechercheprojekte, organisiert Journalismus-Kongresse und finanziert Ausbildungsaufenthalte junger Journalist*innen. Warum macht Google das?

Laut einer Studie der Otto-Brenner-Stiftung (OBS) ist diese Strategie Antwort auf den stetig wachsenden medienpolitischen Druck europäischer Medienhäuser und Teil eines komplexen »Ökosystems« von Medienverlagen, Redaktionen und Datenkonzernen. Google lehnt die Forderung vehement ab, die Pressehäuser an den Einnahmen durch Schaltung von Werbung vor deren Nachrichten zu beteiligen. Stattdessen unterstützt das Unternehmen die Branche mit vielfältigen Finanzierungsmaßnahmen (vgl. Dachwitz/Fanta 2020). Anders gesagt: Google ›schenkt‹, um nicht zahlen zu müssen; Ziel ist die Beschwichtigung der Medienkonzerne. Die Autoren der Studie nennen das die »Scheckbuch-Diplomatie« im digitalen Zeitalter (zit. n.: Studie: »Wie abhängig ist der deutsche Journalismus von Google?« 2020).

Nicht umsonst entstand Googles erster Medien-Fonds in Frankreich; er sollte die Debatte um die Beteiligung der Verlage an Googles Werbeeinnahmen beenden. Ludovic Blecher, früherer Chefredakteur von *Libération*, einer von Jean-Paul Sartre gegründeten französischen Zeitung, wurde Direktor des neuen Fonds (vgl. Tech Transparency Project 2019: 9ff.). Im Oktober 2015 ging Blecher dann ganz zu Google und schreibt seither über die Vorzüge des 60 Millionen-Euro-Programms (2013-2015) und der anschließenden »Digital News Initiative« (DNI) (2015-2019). Mit ihr wurden weitere 140 Millionen Euro an Medienhäuser in ganz Europa ausgeschüttet (Blecher 2019).

Letztlich ging die größte Summe der DNI-Mittel, insgesamt 21,5 Millionen Euro, an große, kommerzielle Medienhäuser in Deutschland, gefolgt von Frankreich (19,5 Millionen Euro) und Großbritannien (15 Millionen Euro) (vgl. Dachwitz/Fanta 2020: 48 ff.; Blecher, 2019). Die DNI-Finanzierung in Deutschland stand beispielhaft für die Geldvergabe in ganz Europa. Der »typische Empfänger einer Google-Finanzierung« war eine etablierte Medieninstitution, »alt, westeuropäisch und gewinnorientiert« (Fanta 2018). Laut OBS-Studie gingen nur etwa 5 % der Mittel (6,5 Millionen Euro) an nicht-profitorientierte Medien (vgl. Dachwitz/Fanta 2020: 49). Das heißt, große Verlage in Deutschland, generell gut organisiert und politisch einflussreich, wurden besänftigt und so der von ihnen ausgehende medienpolitische Druck entschärft.

Deutschlands Spitzenposition in der DNI-Mittelvergabe war auch aus anderen Gründen kein Zufall. Erst im Jahr 2013 war das Leistungsschutzrecht verabschiedet worden, das Verleger*innen das Recht einräumt, Suchmaschinen für die Wiedergabe ihrer Inhalte zur Kasse zu bitten. Deutschland spielte eine führende Rolle in der Durchsetzung ähnlicher Regularien auf EU-Ebene. Politiker wie Günther Oettinger (bis 2017 EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft) oder Axel Voss waren wichtige Befürworter der EU-Urheberrechtslinie und -reform. Sie forderten die Besteuerung der Digitalunternehmen für das Schalten urheberrechtlich geschützten Materials. Diese und andere Forderungen drohten das Geschäftsmodell von Google ins Wanken zu bringen. Durch die DNI wurden

Verleger*innen direkt und individuell an Google gebunden, um so auch auf EU-Ebene möglichen Regularien vorwegzugreifen.

»Google News Initiative«

Seit 2019 gibt es die »Google News Initiative« (GNI), mit der das Unternehmen bis 2021 weltweit weitere 263 Millionen Euro vergeben will (vgl. Dachwitz/Fanta 2020: 32 ff.). Laut Google unterstützte der Konzern mit Hilfe der GNI allein in der ersten Hälfte des Jahres 2020 mehr als 5.300 lokale Publikationen auf der ganzen Welt. Das passierte über einen Journalismus-Nothilfefond, eine Gebührenbefreiung für die Anzeigenschaltung im Google Ad Manager und eine 15-Millionen-Dollar-Kampagne zur Unterstützung lokaler Nachrichten (vgl. Bender 2020). In Deutschland werden Produkte und Produktentwicklung für den digitalen Journalismus sowie journalistische Projekte und Programme, die Innovationen in der Nachrichtenbranche fördern, unterstützt. So trage Google dazu bei, »dass der Journalismus auch im digitalen Zeitalter floriert« (Google News Initiative).

Laut der Studie »Google's Media Takeover« des Tech Transparency Projects (2019), das mehr Rechenschaftspflicht der Technologiekonzerne fordert, arbeitet aber auch die GNI-Finanzierung vor allem gegen drohende Regulierungen bestehender Geschäftspraktiken des Konzerns. Die aktuell stärkere Verlagerung der Journalismusfinanzierung von Europa in die USA ist demzufolge kein Zufall. Dort wächst der Widerstand gegen den Einfluss der Technologiekonzerne (vgl. Tröger 2021: 29ff.).

In Europa helfen Google die bisherigen Maßnahmen nur begrenzt. Erst am 13. Juli 2021 wurde bekannt, dass der Konzern im Streit mit französischen Verlagen und Presseagenturen ein Bußgeld von 500 Millionen Euro zahlen muss. Laut französischer Kartellbehörde habe der Konzern es versäumt, »in guter Absicht« mit den Medienhäusern über individuelle Lizenzabkommen zu verhandeln. Erst im April 2020 war der Konzern zu den Verhandlungen verpflichtet worden (»Google muss in Frankreich 500 Millionen Euro zahlen« 2021).

Dieser Bußgeld-Entscheid muss auch im Rahmen der Auseinandersetzung zwischen Google und der Regierung Australiens gesehen werden. Bereits seit Monaten will die australische Regierung den Konzern per Gesetz zwingen, für geschaltete Nachrichten lokaler Medienunternehmen Abgaben zu leisten. Wie in Frankreich argumentieren australische Medienhäuser, Google verdiene mit Inhalten Geld durch Werbung, zahle aber keine Nutzungsgebühren. In Reaktion auf eine mögliche Regulierung des Werbemarktes drohte der Konzern Anfang 2021 mit Abschaltung seiner Dienste in Australien (vgl. Senzel 2021; Bielicki 2020).

Google News Showcase vs. Facebook News

Googles Antwort auf den weltweit steigenden medienpolitischen Druck: das im Juni 2020 ankündigte neue Programm Google News Showcase (GNS). GNS ist ein Nachrichtenangebot, »das die Möglichkeit zur hervorgehobenen und vertieften Darstellung von Verlagsinhalten gibt« (Bundeskartellamt 2021). Über das GNS-Programm bietet Google unter anderem den kostenlosen Zugang zu kostenpflichtigen Artikeln auf der Website eines Verlags. Laut Konzern können kostenpflichtige Verlage so »ihr Publikum vergrößern und den Nutzern die Möglichkeit geben, Inhalte zu lesen, die sie normalerweise nicht sehen würden« (Bender 2020). So werden PR-Maßnahmen verkauft, die das Verhältnis zu den Medienhäusern weiter entspannen sollen.

Seit Oktober 2020 gibt es diesen Dienst auch in Deutschland, er läuft außerdem in Australien und Brasilien. Es ist ein Lizenzdeal für den bestimmte Verlage und Medienhäuser eine Partnerschaft mit Google eingehen. In Deutschland waren zum Start 20 Medienunternehmen beteiligt, die für 50 Publikationen standen. Inzwischen wurde das Inhaltsangebot erweitert. Stefan Ottlitz, Geschäftsführer der deutschen SPIEGEL-Gruppe, sieht Googles Initiative als einen positiven Richtungswechsel. »Diese interessante neue Partnerschaft mit Google wird es uns ermöglichen, unsere preisgekrönte redaktionelle Stimme ins Spiel zu bringen, unsere Reichweite zu vergrößern und vertrauenswürdige Nachrichten auf überzeugende Weise über Google-Produkte anzubieten«, so Ottlitz (zit. in Bender 2020). Die enge Verknüpfung redaktioneller Angebote mit Google Produkten wird hier unhinterfragter Standard.

Erst im Juni 2021 legte Corint Media eine Beschwerde beim Bundeskartellamt ein. Das Medienhaus argumentiert Google News Showcase stelle nicht nur eine gravierende Beschränkung des Wettbewerbs zu Lasten der Verlage dar. Der Dienst gefährde die wirtschaftlichen Grundlagen der freien Presse überhaupt (vgl. Bundeskartellamt 2021).

Auch andere Technologieunternehmen wie Facebook schließen Millionen-Deals mit großen Medienhäusern. Erst im Mai 2021 startete der Konzern die Facebook News in Deutschland. Kurz zuvor wurde bekannt, dass er dafür einen »Premium-Deal« mit dem Axel-Springer-Verlag eingegangen ist. Ähnlich Spiegel und Google, liefert Springer Facebook Inhalt und bekommt dafür Reichweite. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender von Springer, unterstreicht, diese Kooperation sei »ein strategischer Meilenstein« für seinen Verlag und die ganze Branche (Handfeld 2021). 35 weitere Medienhäuser, wie der Verlag der F.A.Z, haben mit Facebook News Verträge geschlossen.

Die genauen Konditionen der jeweiligen Verträge sind aufgrund strenger Geheimhaltungsklauseln nicht bekannt. Hinter dieser Null-Transparenz stehen neben individualisierten Verhandlungsstratgien der Technologiekonzerne auch

rechtliche Sorgen der Verlage. Google-Verträge laufen unter US-amerikanischem Recht, Facebook (mit Sitz in Irland) unter britischem Recht. Welche Institutionen für die Verlage im Fall von Vertragsproblemen als Ansprechpartner*innen zur Verfügung stünden, ist für die Verlage damit schwieriger zu bestimmen. Vertragstechnisch sitzen die Technologieunternehmen so am längeren Hebel.

Döpfner ist auch Präsident des Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV), in dem sich aktuell die wirtschaftspolitischen Dynamiken des Tech-Mediensponsoring entladen: Springer ist digital, international, reichweitenstark. Die BDZV-Mitglieder sind »noch nicht digital, national, vertriebsorientiert und haben oft den Stolz und den langen Atem von Familienunternehmen« (Wiegand 2021). Anders ausgedrückt: Die großen Medienhäuser sind für die Tech-Unternehmen attraktiv, die kleineren Häuser sind es nicht. So werden große Medienhäuser größer, bereits bestehende Medienkonzentrationen weiter ausgebaut und Verlage und deren medienpolitische Arbeit gespalten.

Beißhemmungen und Selbstzensur?

Medienvertreter*innen unterstreichen wiederholt, Google habe »keinen Einfluss auf die redaktionellen Bemühungen« (Bell 2019). Auch die im Rahmen der OBS-Studie befragten Medienvertreter*innen betonen, ihnen sei kein Fall bekannt, in dem Google versucht hätte, über die DNI direkten Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen. Mehrere Journalist*innen äußern aber Besorgnis darüber, dass finanzielle Förderungen durch Google und die Nähe zum Konzern zu »Beißhemmungen« oder »Selbstzensur« bei Journalist*innen führen können (Dachwitz/Fanta 2020: 67, 73 und 102 ff.).

Der Kern des Problems des Tech-Sponsoring liegt allerdings tiefer als die mögliche (in)direkte Einflussnahme der Konzerne auf Journalist*innen. Der Einfluss Googles im Journalismus-Sponsoring kommt nicht zuletzt durch die Nutzung bestimmter Software, der Einführung bestimmter Produkte und der konsequenten Durchsetzung der Google-Unternehmenslogik (Produkte- und Serviceverkauf, technologische Lösungen für journalistische Probleme usw.). Kurz: Google tut nichts, was Google nicht gut tut. Das Herzstück ist und bleibt dabei (Hard- und) Softwaretechnik. Die eigentliche Durchsetzung der Konzerninteressen passiert strukturell: Sie liegt in der Schaffung günstiger institutioneller, politischer und informationaler Voraussetzungen, um Konzerninteressen zu sichern oder diese zumindest nicht zu gefährdenden. Also anstatt Verlage zu bekämpfen, werden sie monetär besänftigt und so in komplexen Netzwerken der Tech-Unternehmen integriert. Es entsteht eine Vernetzung zwischen Institutionen und Akteur*innen, die in der Produktion von Information in der digitalen Gesellschaft zentral sind. Das übergeordnete Ziel dieser weitgestreuten

Maßnahmen ist, ganze Informationslandschaften im Sinne der Konzerninteressen zu beeinflussen.

Die Berichterstattung zu diesen Unternehmen wird so zu einem wichtigen Mittel Rechenschaft einzufordern. Journalist*innen brauchen den Raum und das Werkzeug, diese Themen zu problematisieren und strukturelle Fragen offenzulegen. Auch wenn Journalismusfinanzierung im Vergleich zu anderen Märkten, auf denen Technologieunternehmen wie Google und Facebook aktiv sind, einen relativ überschaubaren Teil darstellt, ist das umso mehr Grund, deren neu entstehende Übermacht in der Informationsproduktion nicht fraglos hinzunehmen.

Über die Autorin

Mandy Tröger (PhD) Gastprofessorin am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover. Sie hat am Institute of Communications Research der Universität Illinois (USA) studiert und wurde dort 2018 promoviert. Seit Juli 2021 ist sie außerdem Kolumnistin der *Berliner Zeitung*. Ihre Forschungs- und Publikationsschwerpunkte liegen in deutsch-deutscher Medien- und internationaler Kommunikationsgeschichte.

Literatur

Bell, Emily (2012): Do technology companies care about journalism. In: *Columbia Journalism Review*, 27.3.2019. https://www.cjr.org/tow_center/google-facebook-journalism-influence.php (31.7. 2021)

Bender, Brad (2020): A new licensing program to support the news industry. In: *Blog.Google*, 25.6.2020. https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/licensing-program-support-news-industry-/ (28.8.2021)

Bielicki, Jan (2020): Journalismus in Australien – Internetriesen an die Kasse. In: *Süddeutsche Zeitung*, 9.12.2020. https://www.sueddeutsche.de/medien/facebook-google-australien-journalismus-1.5142402 (30.8.2021)

Blecher, Ludovic (2019): Digital News Innovation Fund: three years in, and 662 total projects supported. In: *Blog.Google*, 25.6.2019. https://www.blog.google/around-the-globe/google-europe/digital-news-innovation-fund-three-years-and-662-total-projects-supported/ (28.8.2021)

Bundeskartellamt (2021): Bundeskartellamt prüft Google News Showcase. Pressemeldung vom 4.6.2021. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2021/04_06_2021_Google_Showcase.html (20.6.2021).

Dachwitz, Ingo; Fanta, Alexander (2020): Medienmäzen Google. Wie der Datenkonzern den Journalismus umgarnt. Otto Brenner Stiftung. https://www.otto-brenner-stiftung.de/wissenschaftsportal/informationsseiten-zu-studien/studien-2020/medienmaezen-google/ (23.7.2021).

Fanta, Alexander (2018): The Publisher's Patron: How Google's News Initiative Is Re-Defining Journalism. *European Journalism Observatory*. https://en.ejo.ch/digital-news/the-publishers-patron (22.8.2021)

Google News Initiative. Eine starke Zukunft für den Journalismus. https://newsinitiative.withgoogle.com/intl/de/ (25.8.2021)

Google muss in Frankreich 500 Millionen Euro zahlen. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 13.6.2021. https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/urheberrechte-google-muss-in-frankreich-500-millionen-euro-zahlen-17435317.html (24.7.2021)

Günther, Oliver; Schultz, Tanjev (2021): Anregen, aufklären, streiten. Zehn Thesen für einen starken Journalismus in einer digitalen Medienwelt. In: *Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung*, 2(4), S. 173-180. DOI: 10.1453/2569-152X-22021-11513-de

Tech Transparency Project (2019): Google's Media Takeover. Google's Transparency Project. https://www.techtransparencyproject.org/sites/default/files/GTP-Media-Takeover.pdf

Hanfeld, Michael (2021): Gatekeeper. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 19.5.2021. https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/was-hat-der-deal-von-springer-und-facebook-zu-bedeuten-17347473.html (13.7. 2021)

Reck, Johannes (2021): Die Regulierung der Tech-Monopole ist eine Schicksalsfrage. In: *Welt*, 7.2.2021. https://www.welt.de/debatte/article225912177/Google-Amazon-Co-Die-Regulierung-der-Tech-Monopole-ist-eine-Schicksalsfrage.html (20.7. 2021)

Senzel, Holger (2021): Machtkampf mit Internetgiganten. In: *Tagesschau*, 29.1.2021. https://www.tagesschau.de/wirtschaft/weltwirtschaft/australiens-kampf-mit-google-101.html (28.7. 2021)

Studie: Wie abhängig ist der deutsche Journalismus von Google? In: SWR.de, 5.11.2020. https://www.swr.de/swr2/leben-und-gesellschaft/studie-wie-abhaengig-ist-der-deutsche-journalismus-von-google-100.html (23.7. 2021)

Tröger, Mandy (2021): Digitaler Kapitalismus. Die Macht globaler Technologiekonzerne. Institut für sozial- ökologische Wirtschaftsforschung e.V., München.

Wiegand, Markus (2021): ›Es ist die Hölle los‹: Wie Döpfners Facebook-Deal die Verleger entzweit. In: *KressNews*, 29.6.2021. https://kress.de/news/detail/beitrag/147635-es-ist-die-hoelle-los-wie-doepfners-facebook-deal-die-verleger-entzweit.html (30.7. 2021)

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 3/2021, S. 279-294
4. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-32021-11505-de

Rezensionen

Konrad Dussel (2019): *Bilder als Botschaft. Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905–1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum*. Unter Mitwirkung von Patrick Rössler. Cologne: Herbert von Halem, 552 pages, 44,- Eur.

Rezensiert von Ursula E. Koch

2019 kann für die Geschichte der Presseillustrationen, vor dem Fernsehzeitalter das wichtigste allgemein zugängliche Bildmedium, als ein Bestjahr angesehen werden. In diesem Jahr erschien sowohl das faktenreiche »Künstlerlexikon« *Bilder in der Presse* des Kunst- und Kulturhistorikers Detlef Lorenz als auch die vorliegende Publikation des auf Mediengeschichte spezialisierten Mannheimer Historikers Konrad Dussel. Der Titel seines Werkes, eine Pionierarbeit, bezieht sich auf die vor mehr als 50 Jahren von dem kanadischen Philosophen und Kommunikationstheoretiker Marshall McLuhan aufgestellte These »Das Medium ist die Botschaft«.

Untersuchungsgegenstand sind die »Bildstrukturen« (also nicht einzelne Schlüsselbilder oder Ikone), die in drei ideologisch unterschiedlichen »Illustrierten«, einer bislang in der Forschung vernachlässigten Pressegattung (Gesamtauflage 1929 schätzungsweise über fünf Millionen), als »eigentliche Botschaft« (17) veröffentlicht worden sind. Im Einzelnen handelt es sich – von Konrad Dussel aus mehreren einschlägigen Titeln (vgl. 41-45) ausgewählt – um die linksliberale *Berliner Illustri[e]rte Zeitung* (BIZ, 1892-1945), dank ihres billigen Preises im Einzelverkauf die Marktführerin, die konservative illustrierte Zeitschrift *Die Woche* (WO, 1899-1944) und das nationalsozialistische Parteiorgan *Illustrierter Beobachter* (IB, 1926-1945; seit Oktober 1928 wöchentlich), Produkte der Großverlage Ullstein/Deutscher Verlag (Berlin), Scherl/Hugenberg (Berlin) und Franz Eher Nachf. Verlag (München, NSDAP).

Während des in sieben Abschnitte unterteilten Untersuchungszeitraums von vier Jahrzehnten – Kaiserreich-Vorkrieg; Erster Weltkrieg; die frühe, die mittlere (die »goldenen Jahre«) und die späte Phase der Weimarer Republik; NS-Staat-Vorkrieg; Zweiter Weltkrieg – sind in den genannten Illustrierten

schätzungsweise 250.000 Bilder veröffentlicht worden. In Anbetracht der Zeitspanne und der Materialfülle kam daher als inhaltsanalytische Untersuchungsmethode, ergänzt durch eine kursorische Durchsicht sämtlicher Bände und qualifizierende Einzelfallbetrachtungen, nur die systematische, von einem Codierer-Team durchgeführte »Stichprobe« in Frage: pro Jahrgang je drei aufeinanderfolgende Nummern von Mitte Februar bis Anfang März und von Mitte September bis Anfang Oktober. Auf diese Weise wurden in insgesamt 587 Heften (überwiegend Papierausgaben, ergänzt durch Microfilme) 30.068 Bilder (fast 25.000 Fotos, Zeichnungen, Gemäldewiedergaben, Schaubilder) empirisch ermittelt und in ihrem jeweiligen »unauflöslichen« Textzusammenhang (160) gedeutet.

Ihrer Auswertung im Einzelnen gehen für ein heutiges Lesepublikum nützliche Betrachtungen von medienhistorischer Relevanz voraus. So gibt Kapitel II zunächst einen Überblick über die in jener Zeit in unterschiedlichen deutschen Städten erschienenen »eindeutigen« Illustrierten, wobei Deutschlands langlebigste, die in Leipzig herausgegebene Illustrirte Zeitung (1843-1944) – zwar kein Massenblatt, aber bis heute wegen der Qualität ihrer Bilder eine kunst- und kulturgeschichtliche Quelle – nur nebenbei Erwähnung findet.

Es folgen Angaben zur Geschichte und inhaltlichen Struktur der drei Untersuchungsobjekte unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen politischen, ökonomischen und publizistischen Kontexte. In Kapitel III erfährt man Näheres über die bebilderten Titelseiten, die Bildrepräsentationsformen, Bild-Text-Relationen und Bildzusammenhänge bei den »journalistisch verwendeten« Bildern. So erlebte insbesondere das Layout der noch im 19. Jahrhundert gegründeten, sich an ein »bürgerliches« Käufer- und Lese-Publikum wendenden BIZ und der WO in der zweiten Phase der Weimarer Republik, der »Zeit der großen formalen Experimente« (156), einen regelrechten Modernisierungsschub.

Kapitel IV befasst sich, weitmöglichst mit biografischen Angaben versehen, mit den Bildproduzenten der BIZ, der WO und des IB. Im Zentrum stehen zunächst die nicht selten einen Prominentenstatus besitzenden, »vom harmlosen Witz bis zum kämpferischen Kriegsbericht« eingesetzten Pressezeichner. Hier seien ergänzend die in der Stichprobe nicht auftauchenden prominenten Namen George Grosz, Käthe Kollwitz und Heinrich Zille genannt, die nicht allein in den damals sehr beliebten illustrierten Satire-Zeitschriften zu finden sind, sondern auch in der BIZ. Dank des Siegeszugs der Momentfotografie und der Verbreitung der Fotoreportage wurden dann für die Illustrierten die oft nicht namentlich genannten Fotografen und Fotografinnen zunehmend, aber nicht ausschließlich wichtig. Den einen wie den anderen sollte, wie übrigens auch den Chefredakteuren, nach 1945 vereinzelt ein Neustart gelingen.

Nach diesen, in die Materie einführenden Informationen geht es in den folgenden Kapiteln um die »Dimension des gesamten Bildraums« (270). In Kapitel V

werden die unter mehrfach wechselnden Regimen sich zum Teil gravierend verändernden Bebilderungs-Strategien der drei weltanschaulich so verschiedenen Illustrierten unter drei Aspekten unter die Lupe genommen: Politische Bilder und ihr direktes Umfeld (Karikaturen, Soziales, Militär und Krieg), gefolgt von »Bildung« und »Unterhaltung«. Unter die erstgenannte Kategorie (mehr als 11.000 Bilder) fallen auffällig viele Titelseiten mit politischen »Akteuren«: Einzelpersonen wie die Staatsoberhäupter Wilhelm II., Friedrich Ebert, Hindenburg und Hitler, zwei Personen oder ganze Gruppen, stets in einem direkten oder indirekten Zusammenhang mit einem Text (unmittelbare Bildlegende, Artikel).

Kapitel VI ist für die Forschung mehrerer Disziplinen interessant. Es befasst sich mit dem »Spagat« der dominierenden Bilder zwischen den zwei »Großthemen« Bildung und Kultur (9.244 Bilder) sowie Unterhaltung (9.523 Bilder). Hierbei wurde das erstgenannte Thema für die Analyse in vier Kategorien (Kunst und Kultur, Theater, Landschafts- und Stadtansichten sowie Technik, Wissenschaft und Wirtschaft) unterteilt und das zweitgenannte der Übersichtlichkeit halber sogar in elf: Buntes, Film, Mode, Sport, Sonstiges, Tiere, Unfall/Unglück, Verbrechen sowie Humor, allgemeine und militärische Witze. Hervorgehoben sei hier nur folgendes Ergebnis: In den Kriegsjahren 1939-1945 waren die in den vorangegangenen sechs Phasen mehr oder weniger nachrangigen Humor- und Witzzeichnungen »kriegswichtig« geworden und trugen schließlich mehr als die Hälfte zum Hauptthema Unterhaltung bei.

Weitere untersuchte Kategorien waren »unpolitische«, »bildende« und »unterhaltsame« Bilder mit politischen Kon-Texten (als Beispiel diene der anfangs im IB mit 23,6% anzutreffende, dann Ende der 1930er Jahre, wohl mit Rücksicht auf die Leserschaft, auf 6,4% und nach 1933 sogar auf 5,6% zurückgefahrene Antisemitismus; vgl. 427), ferner Bilder mit oder ohne Menschen, die Darstellung mit oder ohne Namensnennung von Männern und Frauen bzw. das Reich, Europa (61%) und die ferne Welt mit dem »neuen Fixpunkt«, die USA.

Das VII., von dem Erfurter Kommunikationswissenschaftler Patrick Rössler verfasste Abschlusskapitel (»Die Bilder und die Vielfalt der Berichtsanlässe«) geht der Frage nach, in welchem Umfang in den untersuchten Illustrierten in einem gegebenen Zeitabschnitt über ein und dasselbe Geschehen in gleicher oder ähnlicher Weise berichtet worden ist. Untersucht in Bezug auf eventuelle Foto-Überschneidungen wurden insgesamt 9.136 Berichtsanlässe in zwei Zeitabschnitten: bis 1926 (IBZ, WO) und ab 1927 (BIZ, WO, IB). Das Ergebnis ist »ebenso eindeutig wie unerwartet«. Sowohl die BIZ als auch die WO und der IB zeichneten sich durch hohe Exklusivanteile aus und enthielten selbst nach 1933, also in einer Epoche strengster Kommunikationskontrolle und -beeinflussung, relativ wenig gleiche oder ähnliche Bilder. Vielmehr konfrontierten sie dank

einer »breiten motivischen Vielfalt« ihre Leserschaft »mit einer jeweils eigenen Bildwelt« (485 f.).

In seiner Zusammenfassung erörtert Konrad Dussel nochmals sein methodisches Vorgehen, nicht ohne, wie schon an verschiedenen früheren Stellen, die natürlichen Grenzen der gewählten zeit-, geld- und arbeitsaufwendigen Stichprobe anzusprechen. Mit dieser Art von Inhaltsanalyse wurden einerseits durchaus erwartbare Ergebnisse erzielt, aber andererseits – und dies sei hier ausdrücklich betont – auch eindeutig verblüffende, insbesondere während der NS-Zeit.

Abschließend sei an dieser Stelle noch lobend erwähnt, dass der Autor in seine Überlegungen nicht nur, wie allgemein üblich, bisher vorliegende Forschungsergebnisse (man beachte die reichhaltige Bibliografie) miteinbezieht, sondern auch des Öfteren seine Leser und Leserinnen, in Form eines Frage- und Antwortspiels. Obwohl dieses imposante Werk (zu bedauern ist nur die mindere Qualität der stets mit großer Sorgfalt kommentierten Abbildungen), das trotz seiner Zahlenfülle und mancher Wiederholungen angenehm zu lesen ist, als bahnbrechend und wegweisend bezeichnet werden kann, bleiben noch, wie Konrad Dussel selbst einräumt, viele Fragen offen. Es ist daher zu wünschen, dass die Denkanregungen dieses Medienhistorikers in das eine oder andere künftige, möglichst internationale kommunikationswissenschaftliche oder interdisziplinäre Forschungsprojekt Eingang finden wird.

Literatur:

Detlef Lorenz: *Bilder in der Presse. Pressezeichner und Presse-Illustrationen im Berlin der Weimarer Republik. Dokumentation und Künstlerlexikon*. Berlin [Lukas Verlag] 2019

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 2. März 2021, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/22645

About the reviewer

Prof. (em.) Dr. Ursula E. Koch (Ludwig-Maximilians-Universität München), u.a. o.Mitglied der Historischen Kommission zu Berlin. Mitbegründerin der internationalen *Equipe Interdisciplinaire de Recherche sur l'Image Satirique* und ihres Jahrbuchs *Ridiculosa*. Forschungsschwerpunkte: deutsche und französische Kommunikationsgeschichte (Text und Bild).

Sabine Schiffer (2021): ***Medienanalyse. Ein kritisches Lehrbuch.*** **Frankfurt/M.: Westend, 304 pages, 20,- Eur.**

Rezensiert von Johannes Gemkow

Sabine Schiffer beschreibt in ihrem Lehrbuch *Medienanalyse* die medial geleitete Sinnkonstruktion und stellt medienanalytische Verfahren vor. Die Autorin verfolgt dabei den Anspruch der Alltagsbezogenheit. Für das Buch heißt das, dass es sowohl verständlich und anschaulich als auch mit praxisorientierten Beispielen gefüttert sein soll.

Die vier Kaptiel des Lehrbuchs können auf drei wesentliche Aspekte verdichtet werden: Den ersten Aspekt bildet die Wahrnehmung eines aktiv dekodierenden Rezipienten. Die Autorin unterscheidet hierbei zwischen einem eher angebotsorientierten und einem rezeptionsorientierten Teil. Im angebotsorientierten Teil geht sie beispielsweise auf Agenda-Setting, Wording und Frames ein. Hierzu zähle ich auch das dritte Kapitel »PR-Strategien erkennen«, welches sich kritisch mit problematischen Formen strategischer Kommunikation auseinandersetzt. Im rezeptionsorientierten Teil befasst sie sich mit Confirmation Bias und induktivem Fehlschluss und vermischt das mit journalistischen Darstellungskonventionen und abermals Agenda-Setting.

Der zweite Aspekt zielt auf die Medienanalyse. Die Autorin leitet vom bildanalytischen zum textanalytischen Teil über. Mit dem dritten Aspekt werden schließlich die Rahmenbedingungen der Medienproduktion besprochen. Hierbei geht die Autorin vor allem mit dem deutschen Mediensystem und Journalismus kritisch ins Gericht.

Die einzelnen Beiträge sind durchgängig knapp gehalten, praxisnah (sowohl mit Beispielen unterfüttert als auch alltagsnah dargestellt) und theoretisch, methodologisch und methodisch nicht überfordernd. Ein Buch zur Medienanalyse ist in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung niemals überholt; originell ist Sabine Schiffers Lehrbuch allemal. Dies liegt an der Kombination der oben skizzierten breiten Thematik mit der stets auf Alltagsnähe zielenden, pointierten Darstellung. Als kritisches Lehrbuch erwartet den Leser bei Schiffers Werk eine durchgehend distanzierte Haltung gegenüber dem Sender (vor allem Journalisten und PR-Akteure). Die Intention liegt beim Empowerment der Rezipienten über eine kritische Medienanalyse. In der durchgängigen Beschreibung von Medienhandelnden als Empfänger wirkt das Buch aufgrund der Ausblendung internetbasierter Kommunikationspraktiken jedoch etwas aus der Zeit gefallen.

Die Auswahl der im Buch aufgelisteten Literatur reicht von sozialwissenschaftlichen Klassikern über etablierte Nachschlagewerke bis zu populärwissenschaftlichen bzw. feuilletonistischen Beiträgen und ist damit durchaus

heterogen. Im Fließtext wird weitestgehend auf Referenzen verzichtet. Dadurch leidet zwar die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Argumentation, gleichzeitig stärkt es aber den auf Allgemeinverständnis zielenden Lesefluss. Etwas umständlich ist die Darstellungsweise, weiterführende Literatur unterhalb der Kapitel aufzuführen, statt diese direkt an die jeweilig relevante Stelle im Fließtext zu platzieren.

Die theoretische Fundierung von Schiffers Lehrbuch zeigt sich mit dem wahrnehmungspsychologischen Schwerpunkt innovativ. Hierbei bleibt Schiffer ihrem Anspruch treu: Es soll nichts übergangen werden; wir beginnen bei Null! Dieser Ansatz verhilft dem Lehrbuch zu Attraktivität, gerade wenn man bedenkt, dass sich andere Einführungsbücher dieser Tage mit Digitalisierung und Strukturwandel ganz und gar weg vom Subjekt legitimieren.

Die menschliche Wahrnehmung als Nullpunkt sollte nicht als Versprechen zur konsistenten Vollständigkeit missverstanden werden. Dafür fehlen dem Buch zu viele Aspekte, die hier nur beispielhaft angesprochen werden können. Die Darstellung des Forschungsstandes und des theoretischen Rückbaus von medienpädagogischen Konzepten wie Medienkritik, Medienkompetenz und Media Literacy bleibt außen vor, wäre aber zu erwarten gewesen – insbesondere, wenn der Leser auf der ersten Seite der Einleitung folgendes Bekenntnis liest: »Hier geht es um das, was man auf Englisch ›Media Literacy‹ (ML) nennt. Ein vergleichbares Wort für ML gibt es im Deutschen nicht« (9). Eine methodologische und/oder methodische Einordnung und Reflexion der analytischen Verfahren wie Bild- und Inhaltsanalyse sucht der Leser vergebens. Weiterhin wären Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung erwartbar gewesen.

Die auffallenden Leerstellen im Lehrbuch müssen nicht zwangsläufig als Fehler interpretiert werden, sondern können viel eher als bewusste Reduktion von Komplexität gelten. Diese Komplexitätsreduktion mag aus fachwissenschaftlicher Sicht auffallen, kann aber dazu beitragen, dass das Lehrbuch für eine breite Öffentlichkeit handhabbar wird. Somit ist der Autorin des Lehrbuches vollumfänglich zuzustimmen, wenn sie als Zielgruppe über den wissenschaftlichen Kontext hinaus auch Eltern und Lehrkräfte nennt. Die Autorin schreibt zu beginn, dass »einzelne Instrumente [ihres medienanalytischen Ansatzes, J.G.] auch bei der täglichen Mediennutzung eingesetzt« (10) werden können. Diese tägliche Einsetzbarkeit begleitet die inhaltliche Auswahl und die durchgehenden Beispiele des Lehrbuches.

Sabine Schiffers *Medienanalyse. Ein kritisches Lehrbuch* bietet ein verständliches, innovatives und eigenwilliges Bild über die Bedeutung und Instrumente der Medienanalyse. Das Buch wird all jene zufriedenstellen, die sich nicht mit theoretisch, methodologisch und/oder methodisch tiefgründigen Ansätzen und Argumenten auseinandersetzen wollen, dabei aber einen einschlägigen, wenn auch selektiven, Einblick in die Medienanalyse gewinnen wollen.

About the reviewer

Dr. Johannes Gemkow is a research associate at the Chair for Media Literacy and Acquisition Research at the University of Leipzig. He works for the Research Institute for Social Cohesion (FGZ). His work focuses on populism on social media, media literacy, and the sociology of knowledge.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 6. April 2021, abrufbar https://www.rkm-journal.de/archives/22717

Beatrice Dernbach, Beate Illg (Hrsg.)(2020): *Journalism and Journalism Education in Developing Countries*. Manipal Universal Press, 256 Seiten.

Rezensiert von Guido Keel

Der Journalismus spielt eine Schlüsselrolle in der politischen, ökonomischen und sozialen Entwicklung von Ländern. Dabei sieht er sich gleich mit zwei Herausforderungen konfrontiert: Erstens muss er seine Rolle in der gesellschaftlichen Transformation finden. Er muss abwägen, inwiefern er als regierungstreuer Akteur zur Stärkung politischer und ökonomischer Strukturen beitragen oder aber als kritischer Beobachter die Veränderungen hinterfragen soll. Zweitens muss er – zumindest teilweise – die nötigen (Infra-)Strukturen erst aufbauen oder diese mit Blick auf ein neues Selbstverständnis reformieren. Dazu gehört auch die Ausbildung des journalistischen Personals.

Wie es um den Journalismus und die journalistische Ausbildung in ausgewählten Entwicklungsländern steht, beschreibt der Sammelband von Beatrice Dernbach und Beate Illg. Er umfasst fünf allgemeine und 13 länderspezifische Beiträge von Schreibenden aus Wissenschaft und Entwicklungspraxis. So vielfältig die Herkunft der Beiträge ist, so unterschiedlich ist auch deren Art. Dies trifft besonders auf die fünf einleitenden Beiträge zu.

Gleich zu Beginn beschreibt Christoph Schmidt den Stand der Journalismus-Ausbildung in Entwicklungsländern. Dabei kommt er zunächst zu der Erkenntnis, dass diese vornehmlich im universitären Umfeld stattfindet. Damit verbunden ist das Problem, dass die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten oft Gefahr läuft, zu theoretisch angelegt zu sein. Als Fazit identifiziert er drei Verbesserungsansätze, die direkt oder indirekt damit zusammenhängen und die sich in den folgenden länderspezifischen Beiträgen wiederfinden lassen: Dozierende bzw. Trainer müssen für ihre Aufgaben gezielt geschult werden, die Balance zwischen Theorie und Praxis ist stets zu beachten und technische Infrastrukturen müssen mit den Entwicklungen in der Medienwelt Schritt halten, um angehende Medienschaffende angemessen auf ihre berufliche Zukunft vorbereiten zu können.

Im zweiten Einleitungs-Beitrag gehen Barbara Thomass und Inge Drefs auf die Rolle von NGOs in der Journalismusausbildung ein. Werner Eggert, ein erfahrener Journalismustrainer, beschreibt anschließend die Möglichkeiten und Grenzen von Blended Learning und E-Learning, während Helmut Osang im darauffolgenden Beitrag als ehemaliger Leiter der Media-Development-Abteilung der Deutschen Welle von seinen persönlichen Erfahrungen in der Journalismusausbildung berichtet. Den Abschluss dieser allgemeinen Beiträge bildet der Bericht von Christoph Spurk und Michael Schanne über ein Projekt, in

dem sie den Erfolg eines Ausbildungsprogramms mit wissenschaftlichen Methoden zu messen versuchen.

So unterschiedlich diese fünf Beiträge sind, gemeinsam ist ihnen, dass viele Fragen in den Ohren von Journalismus-Ausbilderinnen und -Ausbildern sehr vertraut klingen mögen: Wer soll ausbilden? Wie sehen die Kompetenzmodelle aus? Wie schafft man die Balance zwischen Theorie und Praxis? Welche didaktischen Formen eignen sich? Und wie überprüft man den Erfolg?

Die darauffolgenden Beiträge zeigen dann, wie diese Fragen in verschiedenen Kontexten konkret angegangen und gelöst wurden, und welche landesspezifischen Herausforderungen sich jeweils stellen. Der geografische Fokus liegt dabei auf Ländern in Zentral- und Süd(ost)asien, ergänzt durch je einen Beitrag aus der arabischen Welt und Lateinamerika sowie zwei Beiträgen aus Afrika. Die Artikel zeigen: Bei allen Unterschieden in den verschiedenen Ländern gibt es doch Gemeinsamkeiten.

Der Journalismus-Beruf und die entsprechende Ausbildung sind trotz aller Schwierigkeiten bei jungen Menschen beliebt. Weiter stellt sich in allen Ländern die Frage, wie das Verhältnis von Theorie und Praxis passend gestaltet werden kann. Damit zusammen hängt die Problematik der Ausbildenden: Oft sind sie zu alt oder zu akademisch, weshalb ihnen das Wissen über die aktuellen Entwicklungen in der Medienwelt fehlt. Oder sie sind nicht vertraut mit den lokalen Realitäten, sei es sprachlich oder kulturell, weil sie entweder aus Zentren des Landes oder gleich ganz aus dem Ausland kommen oder zumindest dort wissenschaftlich sozialisiert wurden. Oder aber sie stammen aus der Praxis und verfügen weder formal noch inhaltlich über die wissenschaftliche Qualifikation, um die Studierenden reflektiert und nachhaltig auf ihre berufliche Zukunft vorzubereiten. Eine weitere Problematik in den jeweils sehr unterschiedlichen Ländern ist die Abgrenzung zu Kommunikationsberufen und der PR. Einerseits sind viele Journalismusprogramme aus den staatlichen Kommunikations- um nicht zu sagen Propaganda-Abteilungen bzw. -Schulen hervorgegangen, andererseits bietet der Kommunikationssektor gerade in Entwicklungsländern zahlreiche und attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten für angehende Journalistinnen und Journalisten, in starker Konkurrenz zu journalistischen Arbeitsangeboten.

Schließlich ist vielen Ausbildungsprogrammen auch gemein, dass ihnen die nötigen infrastrukturellen Mittel fehlen, um Studierende auf ihre berufliche Zukunft in einer sich rasch wandelnden Medienwelt vorzubereiten. Dabei stellt sich die Frage, inwiefern Ausbildungsstätten für zukünftige Medienschaffende die neuen Technologien überhaupt in den Fokus stellen sollen, oder ob es bei der Ausbildung nicht viel mehr um die Entwicklung eines journalistischen Grundverständnisses und einer Haltung geht – oder wie es Wilson Ugangu für Kenya fordert: »...it is important that journalism training is guided more by a resilient frame of thinking rather than the transient nature of the technologies« (S.

213) – auch das ein Thema, das Journalismusausbildnerinnen und -ausbildner in der westlichen Welt stets begleitet.

Mit diesem Blick in die Ferne eröffnen sich dem Leser und der Leserin bei der Lektüre dieses Sammelbandes einerseits spannende Einblicke in andere Mediensysteme, andererseits zeigt gerade auch das Thema Technologie versus Haltung, wie die Beiträge und Überlegungen aus aller Welt den Blick für die Verhältnisse im eigenen Land schärfen können. Man betrachtet die Anderen und erfährt mehr über sich selbst. In diesem Sinn ist dieses Buch allen zu empfehlen, die sich mit Journalismusausbildung befassen, egal ob in fernen Entwicklungsländern oder im eigenen Land. Das Buch liefert keine systematischen Systemvergleiche, sondern individuelle Zugänge zu Fragen der Journalismusausbildung. Es ist, je nach Autorin oder Autor, mehr oder weniger wissenschaftlich, und von sehr unterschiedlichem Sprachniveau – teilweise schwankt dieses so sehr, dass man dem Buch das Lektorat einer Muttersprachlerin oder eines Muttersprachlers gegönnt hätte. Aber es liefert in seiner Vielfalt an Perspektiven und Gegenständen einen Fundus von Erkenntnissen und auch Gedankenanstößen zur Frage, wie Journalistinnen und Journalisten – in Entwicklungsländern, aber auch bei uns – ausgebildet und für ihre wichtigen gesellschaftlichen Aufgaben vorbereitet werden können und sollen.

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.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 2. September 2021, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/22950

Peter Welchering (2020): *Journalistische Praxis: Recherche*. Reihe: Springer Essentials. Wiesbaden: Springer VS, 40 Seiten, 14,99 Euro.

Rezensiert von Hektor Haarkötter

Der Journalist und Hochschuldozent Peter Welchering hat in der Reihe »Essentials« bei Springer VS einen Band zur digitalen Recherche veröffentlicht. Die Essentials dienen der kurzen Überblicksinformation, haben oft praktische oder pragmatische Themen zum Inhalt und haben den begrenzten Umfang einer Broschüre, der den konzentrierten Zugriff möglich machen soll. Gleichzeitig soll, so besagt es die verlagseigene Beschreibung, der »State-of-the-Art« in der gegenwärtigen Fachdiskussion widergespiegelt werden. Das ist ein hoher Anspruch, zumal wenn ein so umfassendes Thema wie die Digitale Recherche auf gerade mal 37 Seiten dargestellt werden soll. Diesen Anspruch gilt es zu überprüfen.

Was überhaupt unter »Digitaler Recherche« zu verstehen ist, wäre ja fast schon ein eigenes Thema für einen solchen Überblicksband. Zumal da im Untertitel dieses Essentials auch noch »Verifikation und Fact Checking« angeführt werden. Ist damit gemeint, dass „Digitale Recherche» insbesondere aus den beiden letztgenannten Techniken besteht? Oder sollen auf den wenigen Seiten einerseits die Digitale Recherche und andererseits Verifikation und Fact Checking vorgeführt werden? Hier wäre eingangs ein bisschen definitorische Arbeit vonnöten. Aber mit Definitionen hält der Autor sich nicht lange auf. Er fällt direkt mit der Tür ins Haus und erzählt eine Recherche-Fallgeschichte, nämlich über die Recherchen zu den Beobachtungslisten, die der US-amerikanische Tech-Gigant Facebook über seine vermeintlichen Gegner geführt haben soll (vgl. 1 ff.). Das ist vielleicht auch der größte Trumpf dieses Buches: Dass hier ein lehrender Praktiker schreibt, der seine Erkenntnisse – oder neudeutsch »findings« – mit Erfahrungen aus dem journalistischen Alltag garnieren kann.

Auch der eigentliche Lehrbuchteil nach diesem Praxis-hors d'œuvre beginnt ziemlich holterdiepolter: Hinein ins pralle Rechercheleben führen Ausführungen über Twitter (vgl. 5 ff.). Ob die gesellschaftliche Bedeutung ausgerechnet dieses sozialen Netzwerks einer solchen Positionierung gerecht wird, das wird sogar vom Autor selbst in Zweifel gezogen, wenn er im gleichen Kapitel stattdessen das »Fediversum mit Mastodon« als Ort für »spannende Diskussionen« empfiehlt, weil ja auf Twitter ohnehin nur die Leute unterwegs sind, die »beruflich mit Kommunikation zu tun haben« (6).

Fedi-wer? Masto-was? Genau. Für Irritation sorgt auch, dass als nützliches Tool für Recherchen auf Facebook der »Facebook Graph« empfohlen wird. Denn dieser Dienst wurde von Facebook Ende des Jahres 2019 eingestellt. Für ein Buch,

das im Jahr 2020 veröffentlicht wurde und das »state of the art« sein will, etwas, naja, unzeitgemäß.

Das folgende Kapitel widmet sich recht ausführlich den Recherchen im »Darknet« und im »Deep Web«. Dass in diesem Buch nicht genau definiert wird, was das eine und was das andere ist oder wie sie womöglich zusammenhängen, scheint Programm zu sein. Ein siebenseitiges Kapitel in einer Broschüre, die insgesamt nur 37 Seiten hat, gibt diesem Thema ein besonderes Gewicht. Das überrascht allerdings, denn der Autor notiert selbst in seinem Vorwort, dass der »Hype, der um das sogenannte ›Darknet‹ gemacht wird«, völlig übertrieben sei (p. VII). Fast mutet es ironisch an, wenn er bezogen auf dieses Darknet später schreibt: »Wer über die relevanten gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Ereignisse umfassend berichten will, kommt um Recherchen in diesen Netzwerken nicht herum« (12).

Ein Kapitel über den Umgang mit Suchmaschinen wird vergleichsweise kurz behandelt (vgl. 17-20), wiewohl der Autor selbst festhält, dass für viele Journalist*innen »die digitale Recherche mit dem Anwerfen einer Suchmaschine« gleichgesetzt wird (17). Vor allem der Platzhirsch Google kommt in Welcherings Buch nicht gut weg und wird entsprechend knapp abgehandelt, um nicht zu sagen: abgekanzelt. Damit nimmt sich der Autor jedoch die Chance, Leistungsfähigkeit und Grenzen digitaler Recherchen vorzuführen. Immerhin ist die indexbasierte Keyword-Suche auf Basis Boole'scher Operatoren das, was die Google-Gründer mit ihrer Suchmaschine überhaupt erst etabliert haben und was heute fast alle anderen General-Interest-Suchmaschinen imitieren. An Google ließe sich am besten zeigen, was auch alle anderen können – oder eben nicht, Stichwort: ›end of keyword search‹.

Stattdessen scheint für Peter Welchering eher die Manga- und Nerdplattform 4chan essentiell für digitale Recherchen zu sein und erhält entsprechend breiten Raum (vgl. 18 f.). Auch in diesem Kapitel wird dann noch einmal auf das »Darknet« und die dort verfügbaren Suchmaschinen rekurriert – für ein Netzwerk, das der Autor für überschätzt hält, eine idiosynkratische Entscheidung.

Breiteren Raum erhält das Thema »Analyse von Fotos und Videos« (vgl. 21-31), das der Autor unter »Verifikation« subsumiert. Hier werden eine größere Zahl an Webdiensten und Programmen aufgezählt, die hilfreich sein können, und auch einige ganz interessante »life hacks« vorgestellt, um Bildercheck für den Hausgebrauch vorzuführen. Ob die etwas umständlich erklärte »Einzelbildanalyse« (26) aber wirklich taugt, damit »einkopierte Frames oder Bilder sofort« auffallen, kann bezweifelt werden.

Im folgenden und letzten Kapitel widmet sich der Autor dann der »Faktenprüfung«, worunter er aber offenbar wiederum ausschließlich die Verifikation von Bilddateien und anderen digitalen Dokumenten versteht. Es wäre besser gewesen, dann von »Dokumentenprüfung« zu schreiben, denn ein

Fakten-Check ist mit Sicherheit mehr als nur das. Hier verspricht dann auch der Titel dieses Essentials mehr, als er am Ende einhalten kann.

Dass Sätze abbrechen, um dann unverbunden und unvermittelt auf einer anderen Seite weiterzugehen (vgl. 13/14), oder dass ein und dieselbe Geschichte in zwei aufeinanderfolgenden Absätzen einfach wiederholt wird (vgl. 18) deutet darauf hin, dass dieser Band bei aller Schmalheit doch etwas mehr formale Akkuratesse verdient gehabt hätte. Und das muss man vielleicht auch über seinen Inhalt sagen.

Über den Rezensenten

Hektor Haarkötter, Prof. Dr., lehrt Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Politische Kommunikation an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Er veröffentlicht zu Onlinejournalismus, Medienethik und Öffentlichkeitstheorien. Ehrenamtlich ist er geschäftsführender Vorsitzender der Initiative Nachrichtenaufklärung (INA) e.V., die jährlich die Top Ten der Vergessenen Nachrichten recherchiert und veröffentlicht.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 18. Oktober 2021, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/23012

HERBERT VON HALEM VERLAG
Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
http://www.halem-verlag.de
info@halem-verlag.de

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

Journalistikon
Das Wörterbuch der Journalistik
http://www.journalistikon.de

Das *Journalistikon* ist das erste deutschsprachigen 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

BENJAMIN KRÄMER

How to Do Things with the Internet. Handlungstheorie online

Forschungsfeld Kommunikation, 39
ISBN (Buch) 978-3-7445-2025-6
ISBN (PDF) 978-3-7445-2026-3

MARIA LÖBLICH / NIKLAS SVENSMA (Hrsg.)

»Regierungszeit des Mittelbaus«? Annäherungen an die Berliner Publizistikwissenschaft nach der Studentenbewegung

Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, 15
ISBN (Buch) 978-3-86962-488-4
ISBN (PDF) 978-3-86962-486-0

JOSEPH GARNCARZ

Begeisterte Zuschauer. Die Macht des Kinopublikums in der NS-Diktatur

ISBN (Buch) 978-3-86962-562-1
ISBN (PDF) 978-3-86962-563-8

MICHAEL WILD

Öffentlichkeit in unsicheren Zeiten. Zur Analyse öffentlicher Kommunikation in Revolutionen

Öffentlichkeit und Geschichte, 12
ISBN (Buch) 978-3-86962-508-9
ISBN (PDF) 978-3-86962-509-6

JUTTA MILDE / INES G. WELZEN-BACH-VOGEL / MAREN DEEN (Hrsg.)

Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation

ISBN (Buch) 978-3-86962-314-6
ISBN (PDF) 978-3-86962-315-3

MATTHIAS WIESER / ELENA PILFERT (Hrsg.)

Medienkultur als kritische Gesellschaftsanalyse. Festschrift für Rainer Winter

Alltag, Medien und Kultur, 18
ISBN (Buch) 978-3-86962-521-8
ISBN (PDF) 978-3-86962-522-5

THOMAS DÖRLER / CHRISTIAN PENTZOLD / CHRISTIAN ZITZENBACH (Hrsg.)

Räume digitaler Kommunikation. Lokalität – Imagination – Virtualisierung

Neue Schriften zur Online-Forschung, 16
ISBN (Buch) 978-3-86962-440-2
ISBN (PDF) 978-3-86962-441-9

PHILOMEN SCHÖNHAGEN / MIKE MEISSNER

Kommunikations- und Mediengeschichte. Von Versammlungen bis zu den digitalen Medien

ISBN (Buch) 978-3-86962-588-1
ISBN (PDF) 978-3-86962-589-8
ISBN (ePub) 978-3-86962-590-4

ANNA SCHOBER / BRIGITTE HIPFL (Hrsg.)

Wir und die Anderen. Visuelle Kultur zwischen Aneignung und Ausgrenzung

Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 7
ISBN (Buch) 978-3-86962-595-5
ISBN (PDF) 978-3-86962-596-2

KURT REUMANN / THOMAS PETERSEN (HRSG.)

Nirgends scheint der Mond so hell wie über Berlin. Antisemitismus und die Schwächen unserer Gesprächskultur

ISBN (BOCH) 978-3-86962-600-0
ISBN (PDF) 978-3-86962-601-7
ISBN (ePub) 978-3-86962-602-4

ANNA ZEITLER

Störung der Bilder – Bilder der Störung. Zum Medienereignis zwischen Fest und Katastrophe

ISBN (Buch) 978-3-86962-607-9
ISBN (PDF) 978-3-86962-608-6

PAULA STEHR

Soziale Unterstützung in Online-Kommunikationsmodi. Die Perspektive der prosozial Handelnden

ISBN (Buch) 978-3-86962-592-8
ISBN (PDF) 978-3-86962-593-5

MICHAEL MÜLLER

Politisches Storytelling. Wie Politik aus Geschichten gemacht wird

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses, 2
ISBN (Buch) 978-3-86962-499-0
ISBN (PDF) 978-3-86962-500-3
ISBN (ePub) 978-3-86962-578-2

STEPHAN ROSS-MOHL (Hrsg.)

Streitlust und Streitkunst. Diskurs als Essenz der Demokratie

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses, 3
ISBN (Buch) 978-3-86962-552-2
ISBN (PDF) 978-3-86962-553-9
ISBN (ePub) 978-3-86962-555-3

MICHAEL MEYEN

Das Erbe sind wir. Warum die DDR-Journalistik zu früh beerdigt wurde. Meine Geschichte

ISBN (Buch) 978-3-86962-570-6
ISBN (PDF) 978-3-86962-571-3
ISBN (ePub) 978-3-86962-576-8

HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22
51063 Köln
+49-221-92 58 29 0
info@halem-verlag.de
http://www.halem-verlag.de

Online-Journale und -Lexika
http://journalistik.journal
http://www.journalistikon.de
http://blexkom.halem-verlag.de
http://www.rkm-journal.de

Unsere Neuerscheinungen finden Sie auch als E-Books auf http://www.halem-verlag.de. Bestellungen ab EUR 20,00 versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter: info@halem-verlag.de