

Faksimile

St. Galler Tagblatt Focus

Politik der Medien

Qualität Der Zürcher Soziologe Kurt Imhof untersucht zum zweitenmal den Zustand der Schweizer Medien. Rolf App

Zwei Kilo wiegt das Ding, Oswald Sigg hat es auf seine Küchenwaage gelegt. «Das letzte Jahrbuch <Qualität der Medien> war ein halbes Kilo leichter.» «Ja, das wird eine Weile auf dem Nachttisch liegen», antwortet Kurt Imhof, verspricht aber doch, dass sich seine Mitarbeiter das nächste Mal kürzer fassen wollen. «So etwas können wir Soziologen ja von den Journalisten lernen.»

Das zweite Mal Bilanz

Anderes allerdings nicht, zumal nicht in diesen Zeiten, in denen die Berichterstattung vielerorts auf Boulevardisierung und Emotionalisierung setzt, wie auf den 566 Seiten belegt wird. In Zeiten, in denen die Unterhaltung mehr und mehr die Information verdrängt. In denen Softnews zu Sport und Showbusiness die Hardnews aus Politik, Wirtschaft, Kultur ersetzen. Und in denen es in der Berichterstattung über den neuesten UBS-Skandal weit mehr um das Versagen Einzelner geht als um die Hintergründe.

Letzteres ist eines der Beispiele, mit denen Mark Eisenegger aufwartet. Er ist Co-Verfasser jenes Zwei-Kilo-Wälzers, der gestern im noblen «Bernherhof» aus der Taufe gehoben wurde, in unmittelbarer Nachbarschaft des Bundeshauses. Finanziert hat ihn die von Sigg präsierte Stiftung «Öffentlichkeit und Gesellschaft». Die Arbeit geleistet aber hat der von Imhof geleitete Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft an der Universität Zürich. Es ist der zweite derartige Bericht zur Lage der Medien. Der erste hat heftige Reaktionen hervorgerufen. Die Urteile reichten von «schwer zu beweisen» über «unbegründet» und «rückwärtsgewandt» bis zu «Stuss».

«Journalismus in Gefahr»

Imhofs 15-Sekunden-Analyse vom letzten Jahr trifft durchaus auch das Wesentliche dieses zweiten Jahrbuchs: «Wir haben einen neuen Strukturwandel der Medien, der gekennzeichnet ist durch eine Krise der Bezahlmedien. Wir haben einen Ressourcenverlust im Journalismus, insbesondere einen Reputationsverlust des Berufs, und wir haben, insbesondere bei Jugendlichen, eine starke Tendenz, Gratismedien zu konsumieren. Die Jugendlichen haben Schwierigkeiten, Gratismedien und Bezahlmedien zu unterscheiden. Der Journalismus als Expertenkultur ist in Gefahr.»

In Gefahr sei auch – ein grosses Wort – die Demokratie. Denn in Frage gestellt sieht Imhof die drei Rollen der Medien. Sie sind ein Forum der Auseinandersetzung, sie sind Instanz für Kritik und Kontrolle – und integrative Klammer der Willensnation Schweiz. Guter Informationsjournalismus sei der allerwichtigste Service public in einer Demokratie, sagt Imhof. Die Schweiz aber drohe eine «uninformierte Demokratie» zu werden – mit grosser Anfälligkeit für eine Art von «Stimmungsdictatur».

Angst vor dem Fremden

Das zeigt sich in einem der Bereiche, die das Jahrbuch vertieft behandelt: dem Umgang mit dem Fremden, letztes Jahr Thema sowohl der Ausschaffungs- wie der Minarett-Initiative. «Die Medienlogik hat vor allem der Minarett-Initiative eine hohe Resonanz verschafft», erläutert Mark Eisenegger diesen Teil. Medienlogik heisst: man muss provozieren, dann berichten die Journalisten. Zumal wenn es sich um ein gerade in der Deutschschweiz immer wieder als brennend empfundenen Thema handelt – was sich nicht zuletzt in den Haltungen zeigt, die in den Medien zum Ausdruck kommen. Ihre Berichterstattung ist gemäss den Forschungen geprägt vom Bewusstsein, die Fremden stellen ein Problem dar. Noch am ausgewogensten berichteten die Abonnementszeitungen, stärker zum Negativen tendierten Boulevard-

und Gratiszeitungen.

Die Magie des Kostenlosen

Die Wurzel vieler Übel erblicken die Forscher in ökonomischen Zwängen. Gratiszeitungen und Online-Medien bedrängen die Abonnementszeitungen, auch die öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehstationen registrieren ein nachlassendes Interesse an seriöser, im Ton sachlicher Information. Diese Entwicklung führe zusammen mit einem anhaltenden Spardruck dazu, dass die Qualität abnehme. Auch dies wird belegt: Eine Studie zur Wirtschaftsberichterstattung kommt zum Schluss, dass der PR-Input aus den Unternehmen allzu oft ungefiltert weitergegeben wird.

Derweil findet eine Flucht aus den Bezahlmedien zu den Gratiszeitungen statt. «Gratisangebote üben immer eine gewisse Magie aus», sagt Imhof, «ob das nun Zeitungen sind oder ein Gratis-Glace. Und nachher haben die Leute das Gefühl, sie seien satt. Was sie nicht sind.» Doch was würde er gegen diese Fluchtbewegung tun, wenn er Chefredaktor wäre? «Ich würde zuallererst den Online-Auftritt meiner Zeitung nur noch als Zugangsportal nutzen und die Inhalte der Zeitung kostenpflichtig machen», sagt er.

Kultur in der Klemme

Doch vorderhand ist er nicht Chefredaktor, sondern plant das nächste Jahrbuch. Mit Vertiefungsstudien zu den Wahlen, mit einem Rückblick auf die Sechziger- und Siebzigerjahre und ihre parteipolitisch geprägte hohe Zeitungsdichte. Und mit einer Analyse dessen, was vom alten Feuilleton übriggeblieben ist. Denn auch die Kulturberichterstattung wandelt sich, auch sie wird immer mehr Event-abhängig. Um es mit Imhof zu sagen: «Das alte Bildungsbürgertum ist tot.»

Fremde in der Schweiz: Ein Thema beschäftigt die Menschen...

...es wird von der Politik aufgenommen...

...und die Frage stellt sich: Was macht eine Zeitungsredaktion damit?

...was das Fernsehen...

...was das Radio?

Jahrbuch «Qualität der Medien»

Das vom Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Uni Zürich herausgegebene und im Schwabe-Verlag erschienene Jahrbuch 2011 «Qualität der Medien» untersucht zum einen die publizistische Versorgung der Schweiz. Zum andern zeichnet es die Qualitätsunterschiede zwischen den Mediengattungen anhand aktueller Themen des vergangenen Jahres nach. Auszüge und Zusatzstudien unter www.qualitaet-der-medien.ch. (R.A.)