

Die Regierung blickt schon mit Sorge auf die Qualität des Regionaljournalismus, so dass es angezeigt ist, Konzepte zum Qualitätsmanagement zu entwickeln und mögliche Ansatzpunkte für politische Maßnahmen zur Förderung der Qualität im Journalismus aufzuzeigen, ohne dabei in die journalistische Autonomie einzugreifen.

Insgesamt macht der vorliegende Band die Ausgangspunkte für das inzwischen bewilligte Forschungsprojekt deutlich; oft werden auch die Fragestellungen klar umrissen. Das Projekt ist bewilligt, und damit erwartet die Beteiligten eine besondere Herausforderung: nicht nur einzelne Ergebnisse der Teilprojekte fein ziseliert herauszuarbeiten, sondern sie so zu einem Mosaik zusammenzufügen, dass die Zusammenhänge deutlich werden und das Ergebnis im Ganzen eine klare Gestalt gewinnen kann.

Hermann-Dieter Schröder

Klaus Meier / Christoph Neuberger (Hrsg.)

Journalismusforschung

Stand und Perspektiven

Baden-Baden: Nomos, 2013. – 245 S.

ISBN 978-3-8329-7542-5

Warum kauft der Amazon-Gründer Jeff Bezos für 250 Millionen Dollar die 80 Jahre alte *Washington Post*? Warum verkauft der Springer-Konzern ebenfalls traditionsreiche Blätter wie das *Hamburger Abendblatt*? Was bedeutet das für das Selbstverständnis der Journalisten und für die Zukunft des Journalismus? „Die öffentliche Debatte über den Journalismus enthält deutlich mehr Vermutungen und Visionen als bewährtes Wissen und belastbare Prognosen“, schreiben Klaus Meier und Christoph Neuberger in ihrer Einführung zu Stand und Perspektiven der Journalismusforschung (S. 7). Und was sagt die Forschung? Sie verlässt sich nicht auf „Augenblickseindrücke“, produziert keine kurzfristigen „Erfolgsrezepte“ oder gibt vor schnelle Antworten. Sie sucht nach dem wissenschaftlichen Beweis. Beweis wofür? Für den Niedergang oder den Aufschwung des Journalismus, forciert durch Milliardäre, die sich renommierte Zeitungen als Hobby zulegen?

Die Herausgeber Meier und Neuberger sowie Andrea Czepek, Ralf Hohlfeld, Frank Lobigs und Wiebke Loosen legen mit diesem Sammelband die erste Publikation in der neuen Schriftenreihe des Nomos Verlags „Aktuelle Studien zum Journalismus“ vor. Sie wollen gemeinsam mit weiteren in der wissenschaftlichen Gemeinschaft bekannten Autorinnen und Au-

toren „innehalten, thematische Zusammenhänge herstellen und damit einen aktuellen Überblick über Stand und Perspektiven der Journalismusforschung geben“ (S. 8). Dieses Versprechen wird eingehalten. Auf 245 Seiten gewinnt der Leser – angesprochen sind gleichermaßen Wissenschaftlerinnen und Studierende als auch Journalistinnen und andere Praktiker (?) – tatsächlich einen guten Einblick in die Forschung. Strukturiert ist der Band nicht nach Begriffen, Theorien und Methoden oder einem didaktischen Prinzip, sondern bearbeitet werden „Probleme“. Ein Problem ist im Alltagsverständnis eine schwierige, ungelöste Aufgabe oder Frage. Ob sie lösbar ist und schließlich gelöst wird, ist auch nach der Lektüre der insgesamt homogenen, aber doch relativ unverbundenen Beiträge weiter unklar. Die genannten Autorinnen sowie Klaus-Dieter Altmeyen, Regina Greck und Tanja Kössler, Klaus Arnold, Vinzenz Wyss, Susanne Fengler, Armin Scholl, Thomas Hanitzsch und Margreth Lünenborg bieten in ihren Beiträgen einen State-of-the-Art ihres jeweiligen Forschungsschwerpunktes. Sie tun dies systematisch und strukturiert, kritisch, verständlich und auf den Punkt gebracht. In vielen Texten allerdings dominiert der einführende Charakter. So erläutern Altmeyen, Greck und Kössler den mittlerweile hinlänglich konsentierten Unterschied zwischen Medien und Journalismus; Meier differenziert Begriffe wie Crossmedia und Konvergenz, Newsdesk und Newsroom.

Es fehlt etwas. Es fehlt der Mut, über die Normativität des Faktischen, über die bisweilen sehr definitorischen, normativen und idealtypischen Beschreibungen des Vergangenen und Gegenwärtigen hinauszugehen – ja, es fehlt der Mut, einmal auf dieser Basis in die Zukunft hinein zu spekulieren. Es steht viel geschrieben über den Stand der Journalismusforschung aus der Sicht der Qualität, der Freiheit, der Organisation, der Finanzierung und auch des Wandels. Es findet sich so Vieles, das – zurückhaltend formuliert – in den vergangenen Jahren mehrfach publiziert worden ist, zumeist von den Autorinnen selbst, in Fachzeitschriften- und Buchbeiträgen. Aber es fehlen die im Titel angekündigten Perspektiven.

Diese kritische Anmerkung bezieht sich auf einen Maßstab, den die Herausgeber selbst wie folgt formulieren: „Nicht nur der Journalismus ist dabei, sich neu zu erfinden. Dies gilt nicht weniger für die Forschung, die sich ihm widmet. Auch sie muss ihren Standort neu bestimmen.“ (S. 9) Wird tatsächlich schon ein Standort dadurch neu bestimmt, dass sich die Journalistik, jahrzehntelang hauptsächlich verstanden

als Kommunikatorforschung, aus der vermeintlichen Isolation löst, indem sie sprachlich und gedanklich verknüpft wird mit ihrer Umwelt, beispielsweise mit der Perspektive der Rezipienten? Ist die Aufhebung einer Abgrenzung schon eine Neuorientierung?

Die Dynamik und das innovative Potenzial der vorliegenden Publikation wird auch dadurch geschwächt, dass die Einzelbeiträge hintereinander gereiht sind und der gedruckte Sammelband der Komplexität des ausdifferenzierten Themenfeldes einerseits und der Forderung nach dem Herstellen von Zusammenhängen andererseits nicht gerecht wird. Warum nicht Autoren wie Klaus-Dieter Altmeyden und Frank Lobigs zur medienökonomischen Perspektive bzw. Finanzierung des Journalismus gemeinsam in einem Beitrag in den Diskurs schicken? Oder Klaus Arnold und Vinzenz Wyss der Frage nachspüren lassen, warum es zwar normative Qualitätsvorstellungen für den und im Journalismus gibt, warum sich aber nach wie vor das Qualitätsmanagement in Redaktionen nicht durchzusetzen scheint?

Nach Lektüre aller Beiträge bleibt am Ende ein Bauchgefühl, das sich nur unklar beschreiben lässt. Es ist Enttäuschung dabei. Enttäuschung darüber, dass die Autorinnen selbst spätestens in ihren Schlusskapiteln vor allem darauf verweisen, was alles noch erforscht werden muss (und was das Geleistete bisweilen so klein zu machen scheint), dass nicht stärker Fragen wie die eingangs gestellten beantwortet werden, dass die Journalistik noch nicht weiter zu sein scheint als der Journalismus selbst: Beide wissen nicht so wirklich, wohin die Reise geht.

Wird der Qualitätsjournalismus untergehen? Beschleunigen branchenfremde Investoren wie Jeff Bezos (*Washington Post*), John Henry (*Boston Globe*) und Warren Buffett (rd. 60 Lokalzeitungen) den Niedergang des Qualitätsjournalismus? Oder wird vielleicht sogar das Gegenteil passieren, weil diese reichen Menschen Gefallen am Mäzenatentum finden, während die traditionellen Verleger sich weiter zurückziehen? Nicht nur die Praxis, auch die Wissenschaft ist derzeit offenbar noch mit der Frage nach effektiven, effizienten und zukunftsfähigen Modellen überfordert – letztere auch im Hinblick auf sich selbst.

Beatrice Dernbach

Irene Neverla / Mike S. Schäfer (Hrsg.)

Das Medien-Klima

Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung

Wiesbaden: Springer VS, 2012. – 285 S.

ISBN 978-3-531-17752-6

Das Themenfeld des Klimawandels und seiner Folgen ist in besonderer Weise dadurch gekennzeichnet, dass es vom Individuum weder direkt erfahrbar noch direkt beobachtet werden kann. Es handelt sich vielmehr um ein soziales Konstrukt, das auf wissenschaftlichen Modellrechnungen basiert, deren komplexe und zum Teil noch nicht endgültig zu beurteilende Ursache-Wirkungszusammenhänge sich auf globale und langfristige Phänomene beziehen. Damit steht die Kommunikation über den Klimawandel vor besonderen Herausforderungen, bei der insbesondere die Massenmedien eine relevante Rolle einnehmen. Aus diesem Grund widmet sich der Sammelband von Irene Neverla und Mike S. Schäfer dem „Medien-Klima“, in dem erstmals für den deutschsprachigen Raum der aktuelle „Wissensstand zu einer Facette der Kommunikation rund um das Thema Klimawandel“ (S. 20) zusammengetragen wird.

Ein Blick auf die Autoren lässt zunächst vermuten, dass es sich mit Ausnahme der Beiträge von Markus Rhomberg und Elke Grittmann um eine Art Projektdokumentation des Forschungsprogramms des KlimaCampus der Universität Hamburg handelt. Allerdings geht es in der Mehrheit der Beiträge um die Sichtung und Aufarbeitung des Literaturstands, anhand dessen Forschungslücken identifiziert und Forschungsperspektiven aufgezeigt werden. Dies ist an sich schon verdienstvoll, da der Leser einen guten Überblick über ausgewählte Aspekte der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung und deren Forschungsdesiderate erhält. Eigene aktuelle Befunde – wie der Untertitel des Sammelbandes zunächst nahe legt – werden jedoch in nur wenigen Beiträgen präsentiert.

Der Sammelband ist in drei thematische Blöcke unterteilt. Der erste Block versammelt vier Beiträge, die sich dem Agenda Building durch extramediale Akteure und Journalisten widmen. Zunächst beleuchtet Markus Rhomberg die Kommunikation politischer und wissenschaftlicher Akteure der Klimadebatte und stellt die unterschiedlichen Kommunikationsaspekte beider sowie gemeinsame Schnittstellen zwischen Wissenschaft, Politik und Medien in der öffentlichen Klimadebatte dar. Er kommt