

Zeitung unter Druck

Plädoyer für ein Kulturgut

Impressum

Herausgeber:

Norbert Bicher, Alfons Pieper

Redaktion:

Indira Kroemer

Grafische Gestaltung:

Mirosław Pilch

Umschlagfoto:

Fotolia

Druck:

ePubli GmbH, Berlin 2013, www.ePubli.de

Copyright:

© 2013 Friedrich-Ebert-Stiftung e.V.

ISBN:

978-3-8442-7293-2

Die Meinung der Autoren gibt nicht in jedem Fall die Meinung der Herausgeber oder der Friedrich-Ebert-Stiftung wieder.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 11

Kurt Beck:

Hambach hat nichts an Aktualität verloren 14

Bernhard Pörksen:

Die große Stille. Rettet die Zeitung. 18

ZEITUNG UND DEMOKRATIE

Olaf Scholz:

Standpunkt und Standort 27

Thomas Meyer:

Forum und Faktor der Meinungsbildung 34

Thomas Leif:

Auszehrung führt zur Beliebigkeit 42

Klaus Engel:

Amerikanische Paketlösung 48

Freya Gräfin Kerksenbrock:

Kompass in Zeiten der Meinungsflut 55

Gerd Walter:

Grundnahrungsmittel unserer Demokratie 61



Caja Thimm (Jg. 1958)

ist Professorin für Medienwissenschaft und Intermedialität an der Universität Bonn. Sie forscht seit vielen Jahren zu Social Media, Politischer Kommunikation und Unternehmenskommunikation. Sie war Mitglied der Kommission der Bundesregierung zum 6. Altenbericht sowie Mitglied der Enquete Kommission „Verantwortung in der Digitalen Welt“ und der Enquete „Bürgerbeteiligung“.



Esther Dorn-Fellermann (Jg. 1970)

ist seit Oktober 2009 wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Medienwissenschaft des Instituts für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität in Bonn. Dort hat sie Politikwissenschaft, Medienwissenschaft und Europäische Kulturwissenschaft studiert. Sie beschäftigt sich in ihrer Dissertation mit dem Beitrag von partizipativen Medien zur Zivilgesellschaft, den sie am Beispiel von Community-Radiostationen in Südafrika untersucht.

Eine empirische Studie der Universität Bonn zu den Erwartungen Studierender an die Printzeitung.

Das Vertrauen ist groß, die Nutzung bescheiden

Forschung und die Öffentlichkeit scheinen sich einig zu sein – junge Menschen lesen keine oder doch zumindest deutlich weniger Printzeitung als früher (Rager 2003). Als ein Grund gilt das Image als se-

riöses Informationsmedium, das junge Leser abschreckt. Gleichzeitig und fast paradox dazu steht das große Vertrauen in die Zeitung (Rager 2003). Ähnliche Befunde ergab die große Jugend-Medienstudie (JIM 2012), bei hoher Differenzierung innerhalb der Gruppe der jungen Leser/innen. Stellt man z.B. die Mediennutzung von Jungen und Mädchen gegenüber, findet man bei Jungen und jungen Männern eine größere Präferenz für das Lesen der Tageszeitung (sowohl Print als auch Online) als bei Mädchen (45 % vs. 35 %, mehrere Male in der Woche). Mit steigendem Alter nimmt die Häufigkeit des Zeitunglesens zu: 12-13 Jahre: 25 %, 14-15 Jahre: 31 %, 16-17 Jahre: 47 %, 18-19 Jahre: 58 %. Es zeigt sich, dass die Tageszeitung für die Mehrheit der Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren das vertrauenswürdigste Medium ist: knapp jeder Zweite würde diese bei widersprüchlichen Meldungen zu Rate ziehen (48 %). Mit deutlich geringeren Werten folgen mit 22 % das Fernsehen und das Radio mit 17 %. Das Internet belegt hier den letzten Platz mit 11 %.

Deutlich wird bei allen Befragungen, dass der Bildungsgrad bei der Zeitungsnutzung eine große Rolle spielt. Eine Befragung unter Bonner Studierenden soll nun Einblicke in das Zeitungsleseverhalten dieser für die Zukunft der Zeitung als wichtig einzuschätzenden Zielgruppe geben. Unser eher qualitativer Blick auf Bonner Studierende soll einige Tendenzen aufzeigen und verdeutlichen, welchen Wert heutige Studierende, noch dazu Studierende der Philologien, der Zeitung beimessen. Die 226 Studierenden, die sich an der Online-Befragung im Juli 2013 beteiligten, kamen zum überwiegenden Teil aus der Philosophischen Fakultät (55 %), davon 30,1 % aus den Sozialwissenschaften. 25,2 kamen aus der Mathematik. Insgesamt war die Gruppe eher weiblich als männlich (56 %/44 %) und zwischen 18 und 25 Jahren alt (80,5 %).

Allen Unkenrufen zum Trotz stellt sich das (Nicht-)Lesen von Print-Tageszeitungen weniger dramatisch dar als vielfach unterstellt wird. Die Anzahl derer, die täglich Print-Tageszeitungen lesen, ist zwar mit

10,6% relativ gering, dafür lesen 19% mehrmals in der Woche und 16,4% einmal in der Woche mindestens eine Tageszeitung. 49 Teilnehmer/innen gaben an, seltener als einmal im Monat Print-Tageszeitungen zu lesen (21,7%) und 36 lesen gar keine Zeitung (15,2%).

Bei der Frage nach dem Lesen von Online-Zeitungen zeigt sich allerdings ein deutlicher Trend in unserer Befragung: 56,2% lesen täglich oder mehrmals in der Woche Online-Zeitungen. Hier scheint sich also wirklich eine Verschiebung von den Printprodukten hin zu deren Onlineangeboten abzuzeichnen. Insbesondere die Suche nach Informationen über politische Themen findet vor allem online statt. Über die Hälfte der Befragten informiert sich täglich online über politische Themen (50,4%), weitere 20,4% Teilnehmer/innen geben an, dies mehrmals wöchentlich zu tun, und einmal pro Woche nutzen 13,7% Befragte Onlinequellen, um sich über politische Themen zu informieren. Immerhin 19% der befragten Studierenden unter 25 gaben an, dies seltener als einmal im Monat oder nie zu tun. Während nur 10,6% Befragte angeben, täglich Zeitungen zu nutzen, um sich über politische Themen zu informieren, tun dies 15,5% der Befragten nie.

Printzeitungen hingegen dienen den Befragten deutlich seltener als Informationsquelle. 108 Befragte geben an, täglich bis einmal wöchentlich Printzeitungen zu diesem Zweck zu nutzen. 75 Befragte in der besonders im Fokus stehenden Altersgruppe von 18-25 geben an, sich seltener als einmal im Monat oder nie in Printzeitungen über politische Themen zu informieren.

Besonders interessiert, warum manche Studierende gar keine Zeitung lesen. Zunächst sei darauf hingewiesen, dass nur denjenigen Fragen zu diesem Komplex gestellt wurden, die angegeben hatten, „nie“ Zeitung zu lesen (insgesamt 15,2% der Befragten). Diese Gruppe ist zwar klein, aber in ihrer Ablehnungshaltung besonders interessant.

Bei den Gründen für ihre Ablehnung, die zur Auswahl standen, stimmten der Aussage „Printzeitungen sind zu teuer“ 25% der Nichtleser/innen zu, 75% sehen das nicht so. Ähnlich stellte sich die Verteilung der Antworten bei der Aussage „Die Nachrichten sind längst aus anderen Medien bekannt“ dar. Dagegen kreuzten nur 3 Befragte die Aussage „Die Aufmachung ist mir zu unübersichtlich“ an und die Einschätzungen „zu textlastig und zu wenige Fotos“ sind nur für eine Person Gründe für das Nichtlesen. „Zeitungen sind unpraktisch zu lesen“ finden immerhin 35% der Teilnehmer/innen. Auch die „fehlende Zeit“ wurde nur von etwa der Hälfte (48%) der Befragten als mögliche Begründung angegeben, vergleichbar ist die Zustimmung zur Aussage „zu viel Altpapier“.

Zusätzlich zu den vorgegebenen Antworten konnten die Studierenden persönliche Kommentare anfügen, hier fanden sich interessante Hinweise. „Ich bin zu faul, um mir Zeitungen zu besorgen, und die wichtigsten Nachrichten erhält man auch im Internet“, oder: „Selbst ‚hochaktuelle Topnachrichten‘ oder Ähnliches erscheinen für mich meist wenig Relevanz zu haben“, oder: „Tagesschau Podcasts sind praktischer und können auch noch Wochen später problemlos geschaut werden, ohne dass sich irgendwo ein Stapel Zeitungen befindet, bei dem man noch nicht dazu gekommen ist, sie zu lesen“ wurden hier genannt. Einer Person fehlte „Übersichtlichkeit, praktischeres Format, die wichtigsten Infos in kurzen, prägnanten Texten zusammengefasst. Gerade die wichtigen Themen beanspruchen immer gleich eine halbe Seite, so viel Zeit habe ich nicht“, einer anderen fehlten „gute objektive Texte“ oder ein „kompaktes Format.“ Der Lokalteil kommt bei vielen Studierenden besonders schlecht weg, hier ist das Desinteresse an den Themen ausschlaggebend.

Die Annahme, dass der jungen und internetorientierten Generation die interaktiven Partizipationsmöglichkeiten bei den alten Medien fehlen, wurde anhand mehrerer Fragen überprüft. Grundsätzlich zeigte sich in Bezug auf verschiedene Arten von Teilnahmeoptionen

(Themenvorschläge, Gestaltungsvorschläge, Kommentare etc.) eine positive Haltung: 44 % bewerteten Partizipationsprojekte positiv, nur 9,1 % negativ. Auf die Frage, ob sie sich denn an derartigen Projekten auch beteiligen würden, antworteten jedoch 179 Teilnehmer/innen mit „nein“ (79,2 %). Sie begründen dies größtenteils mit Zeitmangel oder Desinteresse. Es gibt aber auch Aussagen wie: „Weil es die falsche Art ist, etwas öffentlich zu machen“, oder: „Weil ich lieber das fertige Heft vor mir habe und mich überraschen lasse“ oder: „Weil es eine Blase kreiert. Es ist auch wichtig von Themen zu hören, die einen nicht interessieren.“ Gerade diesen letzten Punkt greifen auch andere Teilnehmer/innen auf, indem sie beispielsweise äußern, dass „Printmedien für mich in erster Linie in eine Richtung arbeiten und nicht interaktiv gestaltet werden müssen“, oder „die redaktionelle Auswahl ein wichtiger Teil der journalistischen Arbeit ist und sich ein gutes Magazin auch durch die Themenwahl auszeichnet, ohne diese outzusourcen“, oder „es doch gerade die Aufgabe der Zeitungsmacher ist, wichtige von unwichtigen Themen zu trennen und über das zu berichten, was wirklich relevant ist. Und ich bin kein Zeitungsmacher“.

Ausgesprochen aufschlussreich ist die Sorge um die Qualität der Inhalte bei vielen Teilnehmer/innen, sollten sich die Redaktionen – nach dem Vorbild interaktiver Webangebote – vermehrt an Leserwünschen orientieren. So sehen einige Studierende beispielsweise die Gefahr, dass „die Themenauswahl dadurch zu subjektiv wird, wahrscheinlich sogar populistisch werden kann“, oder das Problem, dass „jeder nur die Plattform nutzt, um sein eigenes Süppchen zu kochen. Ob das dann wirklich noch journalistischen Anspruch hat, bin ich mir nicht sicher“. Aufschlussreich ist auch die Befürchtung, dass „die Mehrheit der Leute sich für belanglose Themen wie „Prominente“ interessiert, was dann Thema des Heftes werden würde und mich nicht annähernd interessiert. Davon abgesehen, macht das Internet solche Hefte überflüssig“. Die Beteiligungsmöglichkeiten im web 2.0 werden durchaus nicht unkritisch betrachtet. Einige sehen das Problem, „dass man sich nicht überall beteiligen kann, und das Überan-

gebot im Internet führt dazu, sich nicht einer Sache völlig widmen zu können oder zu wollen.“ Der Schwarm sei „nicht automatisch intelligent.“

Weiterhin wird vermutet, dass bei einer verstärkten Leserbeteiligung an Print-Produkten „die Auswirkungen zu gering sind und man ohnehin in den meisten Fällen nur vorgegaukelt bekommt, ein Mitspracherecht zu haben.“ So glaubt ein/e Befragte/r nicht, „dass man die Arbeit der Redakteure maßgeblich beeinflussen kann“, und ein/e andere/r sieht, dass „immer nur kurzzeitiger Hype gewählt wird und nie etwas Langfristiges dabei entsteht.“ Außerdem könne man „Informationen zu gewünschten Themen auch so finde[n]“ oder man habe so oder so immer die Gelegenheit, „selbst auszusortieren, über welche Themen man sich informieren möchte.“ Und manche sind ganz einfach „im Großen und Ganzen zufrieden mit dem bisherigen Angebot und habe[n] nicht unbedingt Bedarf an Mitgestaltung und Co“ und finden „die Themen in Magazinen oder Zeitungen durch ihre Vielfalt schon interessant genug“. „Weitere Informationen zu einem spezifischen Thema kann man sich auch im Internet holen.“

Aus unterschiedlichen Gründen entscheiden sich die meisten Befragten also gegen eine Beteiligung und das, obwohl sie derartige Projekte zuvor als grundsätzlich positiv bewertet hatten. Somit kann der häufig auf Seiten der Leser/innen vermutete Wunsch nach Mitentscheidung und Partizipation hier nicht festgestellt werden – es scheint eher ein großes Vertrauen in die Qualität der Zeitungen vorzuherrschen!

Allen Befragten wurden zum Abschluss noch zehn Aussagen vorgelegt, bei denen sie entscheiden sollten, welche davon zutreffen und welche nicht. Ziel war es, Anhaltspunkte für das (Nicht)Lesen herauszuarbeiten.

Starken Einfluss auf die grundlegend positive Einstellung zur Tageszeitung hat das Elternhaus – so haben die Eltern von 62,8 % der Befragten ein Zeitungsabonnement und lesen täg-

lich die Zeitung. Bei 13,3% der Befragten hatten die Eltern früher ein Abonnement, lesen jetzt aber nicht mehr regelmäßig Zeitung. Wenig dagegen wird im Freundeskreis gelesen – bei nur 32,7% der Befragten ist es üblich, Zeitung zu lesen, bei 65,1% ist dies nicht der Fall. Der Aussage, dass in Tageszeitungen zu wenige Themen behandelt werden, die für ihre Generation interessant sind, stimmen nur 27,4% zu. Tageszeitungen sind in den Augen von 33,2% der Befragten wertkonservativ, für 62,8% gilt dies nicht. Umfangreiche Hintergrundinformationen, die so im Internet nicht geboten werden, finden 27% in Tageszeitungen, 70,4% sehen das nicht so.

Besonders deutlich fiel die abschließende Bewertung der Zeitung als Medium der Zukunft aus. Gefragt, ob sie die Zeitung als ein „Relikt aus dem vergangenen Jahrhundert, welches nicht mehr gebraucht wird“ einschätzen, stimmten nur 10,2% zu, für 86,7% dagegen ist dies nicht der Fall!

Fazit: Je älter die junge Generation wird, desto stärker verlässt sie sich auf die Tageszeitung. Als zentral darf dabei der Aspekt der Glaubwürdigkeit gelten – hier sehen die Befragten auch den wichtigsten Unterschied zum Internet. Auch die JIM Studie (2012) kommt zu demselben Schluss: Auf die Frage, auf welches Medium sie bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen würden, nennen 48% der 12- bis 19-Jährigen die Zeitung. Im Zeitvergleich zu 2005 ist der Vertrauensvorsprung der Zeitung also sogar weiter angestiegen. Zwar ist im Netz alles schnell und aktuell, aber inwieweit diese Informationen vertrauenswürdig sind, wird dann doch hinterfragt. Auch die Netzgeneration wird kritischer – dem Netz gegenüber!

Will man aus diesen Äußerungen eine Konsequenz ziehen, so liegt diese in dem Anforderungsprofil, das junge Menschen, besonders mit einem höheren Bildungsgrad wie Studierende, an eine Zeitung haben – sie wollen eine vertrauenswürdige, gut recherchierte und gut lesbare Informationswelt, die Zusammenhänge erfasst und Verbindungen

herstellt. Dies ist, so darf summiert werden, ein Plädoyer für einen professionellen Qualitätsjournalismus, der auf Recherche, Hintergrund und Analyse setzt.

Literaturhinweise:

Rager, Günther (2003):

Jugendliche als Zeitungsleser: Lesehürden und Lösungsansätze.

Ergebnisse aus dem Langzeitprojekt, Lesesozialisation bei Informationsmedien. In: *Media Perspektiven* (4/2003), S. 180-186, online unter http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2003_Rager.pdf, abgerufen am 28.08.13.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2012) (Hrsg.): JIM 2012: Jugend, Information (Multi)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart, online unter http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf12/JIM2012_Endversion.pdf, abgerufen am 28.08.13.