



Verlagen gegenüber selbstbewusst aufzutreten. Sie habe sich zudem angewöhnt, nicht mehr unter einen festgelegten Tages- und Stundensatz zu gehen und verkaufe ihr spezialisiertes Wissen und ihre Erfahrung nicht unter Preis. Damit geht sie den gleichen Weg wie Denis Dilba, der ebenfalls lieber absagt, bevor er sich beim Verhandeln verbiegt. Wie diese beiden Kollegen ist auch Daniel Bouhs überzeugt, dass die Krise eine Art gesundes Abführmittel ist: „Auch wenn es mir um den ein oder anderen Kollegen leid tut, behaupte ich zynisch: Manch einer, der sich bisher gerade so über Wasser halten konnte, dem aber – warum auch immer – ein klares journalistisches Profil fehlte, wird unsere Branche verlassen und sich

beruflich neu aufstellen, weil er die Krise nicht überleben kann“, schlussfolgert er.

#### Die Autorin

**Silke Liebig-Braunholz** studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Georg-August-Universität Göttingen und ist staatlich geprüfte Kommunikationswirtin. Derzeit bildet sie sich an der Deutschen Fachjournalistenschule zur Fachjournalistin weiter. Seit 2002 hat sie sich mit ihrem Redaktionsbüro auf die Themenschwerpunkte Gastronomie, Hotellerie und Touristik spezialisiert. Sie arbeitet als Korrespondentin und berichtet überwiegend in Fachpublikationen über Konzepte und aktuelle Fachthemen.



## „Content is King“?

### Medieninhalte in der Wissensgesellschaft

Die Frage der Inhalte gilt auf Medienforen als zentral. Das ist auch im Hinblick auf unsere gesellschaftliche Lage richtig. Wir brauchen in einer immer globaleren und komplexeren Gesellschaft, die sich schnell und dramatisch weiter verändert, zweifellos dringend gesichertes Wissen: Grundwissen, Hintergrundwissen, Funktionswissen, Erfahrungswissen.

Es ist heute sehr viel Wissen vorhanden – vor allem unübersehbare Informationsmengen im Internet. Doch welche Qualität hat dieses vielfältige Wissen? Inwieweit ist es zuverlässig? Wer hat es geprüft und gewichtet? „Wie sichert man sich ab gegen den fake?“ (Norbert Schneider auf dem Medienforum NRW 2009).

Wissen ist heute gerade in seiner digitalen Form weitgehend ein Mix von unklarer Güte und unbekannter Herkunft. Thomas Hallet und Ranga Yogeshwar stellen in dem Buch „Die Wissensmacher“<sup>1</sup> schlicht fest: „Die Hierarchie des Wissens hat sich aufgelöst ... „ Es ist also schwer zu unterscheiden, welches Wissen wertvoll, welches weniger wertvoll und welches wertlos ist. Auch in dem „undeutlich verfassten Gebilde ... Wikipedia“ (Thomas Thiel in F.A.Z. vom 10.08.09) gibt es genau genommen diese Unterscheidungsmöglichkeit nicht. Sie ist aber für unsere Kultur außerordentlich wichtig.

Besonders problematisch bezüglich der Wissensqualität ist der Bedeutungszuwachs von Laien und der Bedeutungsverlust der Intellektuellen bei der Wissensproduktion; auch in den klassischen Medien: Es gibt immer mehr Mitmach-Zeitungen, Bürgerradios und Mitmach-Fernsehprogramme. Neben dem professionellen Journalismus ist ein rasant um sich greifender „Bürger-Journalismus“ entstanden. Können eigentlich alle alles als „Wissen“ ausgeben? Sind alle Informationen gleich gültig?

Herkömmlicherweise gilt Wissen als fundiert, wenn es eine methodisch gesicherte, intersubjektiv überprüfbare Antwort auf klare Fragen darstellt. Wer viel behauptet, müsste viel beweisen und deshalb auch viel wissen. Aber den publizierenden Amateuren und Laien fehlt offenbar häufig eine zureichende Informationsgrundlage. Improvisierte Meinungen und Erlebnisberichte herrschen vor.

Doch auch im professionellen Journalismus gibt es in Bezug auf die Inhaltsfrage problematische Postulate. Bekannte Praxis-Lehrer fordern ausdrücklich „Halbbildung“ für die Journalisten. Wolf Schneider und Paul-Josef Raue empfehlen zum Beispiel in ihrem „Handbuch des Journalismus“ (1996, S. 21): „Wir sollten das Wort ‚Halbbildung‘ von seinem negativen Beigeschmack befreien und sie uns für den Journalismus ausdrücklich wün-



schen.“ Hier kommt noch einmal das alte Journalisten-Selbstbild zum Ausdruck: ‚Unsere zentrale Kompetenz besteht in der formalen Qualifikation, zeitungsgerecht schreiben, beziehungsweise radiophon oder fernsehgemäß senden zu können; dabei werden wir mit allen Inhalten fertig‘. Dieses „Handwerks“-Selbstverständnis war schon immer zu sehr auf das Wie und zu wenig auf das Was bezogen. Es wurde dem Faktor ‚Bedeutung der Inhalte‘ auch für die journalistische Gestaltung nicht hinreichend gerecht.

Wenn professionelle Journalisten Profil bewahren und sich gegenüber den publizierenden Laien behaupten wollen, müssen sie die Inhaltsfrage stärker beachten. Das heißt aber auch, dass sie nicht jeweils über alles und jedes berichten sollten, sondern sich Kompetenzfelder bilden, in denen sie ein hinreichend tiefes und aktuelles Wissen haben. Solche journalistischen Domänen gibt es ja längst schon, zum Beispiel im Wirtschafts-, Sport- oder Medizinjournalismus. Dass solche Journalistinnen und Journalisten gebraucht werden, zeigt sich unter anderem in der Vermehrung der Fachjournalismen und Spartenprogramme.

Offenbar will der ernsthafte Teil der Mediennutzer weiterhin und gerade jetzt inhaltlich ergiebige und gestalterisch attraktive journalistische Darstellungen.

### Endnoten

- 1 Holger Wormer (Hg.), Wiesbaden 2006, S. 104.

### Der Autor

**Prof. Dr. Siegfried Quandt** ist Präsident des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes. Er leitete bis zu seiner Emeritierung den Studiengang Fachjournalistik Geschichte der Justus-Liebig-Universität Gießen. Er gründete diese Professur 1984 und hatte sie bis 2004 inne. Zudem organisierte und leitete er von 1988 bis 1998 für den Verband der Hessischen Zeitungsverleger die überbetriebliche Volontärsausbildung. 1992 gründete Prof. Quandt in Zusammenarbeit mit Prof. Gast an der Universität Gießen das Lernzentrum für Journalismus und Medienpädagogik. Seit 1996 leitet er das TransMIT-Zentrum für Kommunikation, Medien und Marketing in Gießen. Er leitet die Jury des Hessischen Jungjournalistenpreises „Für die lokale Presse“ und moderiert die Fernseh-Sendereihe „Mittelhessen Journal“. Prof. Quandt wurde aufgrund seines Engagements in Wissenschaft, Medien und Wirtschaft vom Bundespräsidenten mit dem Verdienstkreuz Erster Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.



## Printjournalismus in Polen

### Zusammenfassung:

Zwanzig Jahre nach dem Ende der Alleinherrschaft der Polnischen Vereinigten Arbeiterpartei Polska Zjednoczona Partia Robotnicza (PZPR) hat das Pressewesen in Polen eine Vielfalt entwickelt, die sich von der in den meisten westeuropäischen Ländern kaum unterscheidet. Der Systemwechsel hin zur demokratischen Republik Polen im Dezember 1988<sup>1</sup>, in dessen Folge die Marktwirtschaft eingeführt wurde, hat die Grundlage für diese heutige Vielfalt geschaffen, die sich sowohl durch ein breites Angebot als auch durch eine massive Präsenz internationaler Medienhäuser in Polen auszeichnet. Der Beitrag gibt einen Einblick in die aktuelle Presselandschaft Polens und beleuchtet einige Besonderheiten in der Berichterstattung polnischer Printmedien.

Die Gespräche der kommunistischen Arbeiterpartei PZPR mit der Opposition im Frühjahr 1989 am sogenannten „Runden Tisch“ waren der Durchbruch zur Pressefreiheit in Polen. Sie führten nicht

nur zu den ersten quasi freien Wahlen, sondern ermöglichten auch die Gründung der ersten freien Tageszeitung, der „Gazeta Wyborcza“ (Wahlzeitung). Im April 1990 hob der Sejm, das polnische Abgeordnetenhaus, die staatliche Zensur auf und begann, die Arbeiterverlagsgenossenschaft RSW, einen staatlich gelenkten Pressekonzern, abzuwickeln.<sup>2</sup> Versuche, mittels einer Kommission den Einfluss ausländischer Investoren zu regulieren, scheiterten allerdings.<sup>3</sup> Inzwischen sind praktisch alle Printformate auf dem polnischen Markt in privater Hand.

### Übersicht über den polnischen Markt der Printmedien

Gemessen an der Einwohnerzahl von 38,1 Millionen Menschen<sup>4</sup> ist der polnische Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt nach dem russischen und dem ukrainischen der drittgrößte in Osteuropa. Der Markt für Tageszeitungen in Polen wird auf täglich fünf Millionen Exemplare geschätzt.<sup>5</sup> Mit der Öffnung des attraktiven polnischen Pressemarktes