

zu nennen). Selbst der eindeutige sprachliche Urheber einer der erwähnten Berufsauffassungen – Philip Meyers »Präzisionsjournalismus« – bleibt in Text und Bibliographie unerwähnt. Ebenfalls werden die zahlreichen empirischen Daten, auch aus der international vergleichenden Forschung, ignoriert. Der Beitrag bleibt somit weit hinter dem zurück, was man auf dem heutigen Stand der Forschung zu dem Thema hätte sagen können.

Die journalistische Ethik ist das gemeinsame Thema zweier Beiträge von Pürer und Stuißer, die beide noch unter dem Einfluß der Barschel- und Gladbeck-Affären entstanden sind. Pürer nimmt dies zum Anlaß, zunächst nach Ursachen für den Verfall der Berufsmoral zu suchen und dann verschiedene Ethik-Theorien vorzustellen. Stuißer holt weiter aus und bezieht Journalismus-Ethik auf das Rollenverständnis von Journalisten und die Frage ihrer beruflichen Kompetenz im Sinne der Professionalisierungstheorie. Beide Beiträge wenden die theoretische Diskussion hin und her, neue empirische Erkenntnisse oder praktische Fortschritte erbringen sie nicht. Immerhin erkennt dies Stuißer selbst, wenn er am Ende schreibt, wir Kommunikationswissenschaftler seien nicht in der Lage, den Praktikern für konkrete Entscheidungssituationen Orientierungen aufzuzeigen.

Auch Claudia Masts Beitrag über Verantwortung im Journalismus geht deutlich von den Fällen offensichtlicher Verantwortungslosigkeit im Journalismus aus. Sie stellt acht Thesen zu den Ursachen und Randbedingungen eines verantwortungsvollen Journalismus auf. Ihr geht es letztlich um die »Folgenabschätzung journalistischen Handelns und wer die Verantwortung übernimmt«. Die Strukturen, in denen Journalismus stattfindet, sind ihr wichtiger als die persönlichen Voraussetzungen der handelnden Journalisten: Wettbewerb, Arbeitsbedingungen, Ressourcen, Ausbildung. Von den Journalisten erwartet Mast neben Sach- und Medienkompetenz auch eine Organisationskompetenz, d. h. ein Mitdenken in übergeordneten Zielen und ein Einbringen publizistischer Interessen in ökonomische Entscheidungsprozeduren. Der Beitrag wirft viele, zum Teil sehr konkrete und praxisnahe Fragen auf, Antworten gibt jedoch auch er nur wenige.

Insgesamt bietet der Band nur wenig neue Er-

kenntnisse. Der anspruchsvolle Titel »Journalismus«, hinter dem man eine breite und mit konkreten Forschungsergebnissen fundierte Abhandlung über den Beruf erwartet, läßt sich damit kaum rechtfertigen. Journalismusforschung ist sehr viel weiter fortgeschritten, als es dieser Band erahnen läßt. Manuskripte von Tagungsvorträgen, dies zeigt sich häufig, machen noch keine guten Artikel aus, zumal wenn man darauf verzichtet, sie zu überarbeiten und sie ohnehin schon anderweitig zugänglich waren.

WOLFGANG DONSBACH, Dresden

Berthold L. Flöper (Hrsg.): *Ratgeber Freie Journalisten*. Ein Handbuch. – Berlin: VISTAS Verlag GmbH 1992, 374 Seiten.

Ihre Zahl ist Legion. Der Mythos nennt vor allem die glänzenden Karrieren, die manche unter ihnen gemacht haben. Politiker verweisen auf sie gern als Beleg freien, demokratischen Zugangs zu den Medien. Redaktionen schätzen die Reservarmee einsatzbereiter und kostengünstiger Mitarbeiter. Die Freien selbst, sie fühlen sich wohl eher als Randgruppe des etablierten Journalismus – geduldet, abhängig, von vielen Redaktionen schamlos ausgenutzt und von den meisten sich selbst überlassen. Obwohl sie ein Fünftel, vielleicht gar ein Drittel des journalistischen Berufsstandes rekrutieren, gibt es kaum verlässliche Daten über sie. Die kargen Aussagen der Literatur über ihre soziale Lage, ihr Selbstverständnis, ihre Wirkungen widersprechen sich in oft grotesker Weise. Der Kommunikationswissenschaft scheint Beschäftigung mit der so inhomogenen Gruppe wenig ergiebig und eine Last zu sein. So verwundert es kaum, daß eine gründliche Darstellung über freie Journalisten aus ihren eigenen Reihen stammt. Zum ersten »Ratgeber«, erschienen 1987, hatte sich Kurt Weichler vom Schweizer Kollegen Peter Knechtli anregen lassen. Der Erfolg seiner Schrift und der neue Bedarf der mit der Marktwirtschaft unerfahrenen Freien aus den neuen Bundesländern inspirierten im Vorjahr die Neuauflage.

Zwei Gründe stehen dafür, daß es sich um mehr als eine Auffrischung eines alten Manuskripts

handelt. Dreiviertel aller Autorenbeiträge sind exklusiv für dieses Handbuch geschrieben worden. Erfahrungen freier Journalisten aus ihrem Berufsalltag, Reflexionen über rare Erfolgsgeheimnisse, Erwartungen angestellter Redakteure an die wohlfeilen Mitstreiter und Ratschläge für den Umgang mit ihnen. Vorangestellt ist, was Umfragen journalistischer Berufsverbände seit Mitte der 80er Jahre über die soziale Lage freier Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland erkundeten.

Das Bild, das sich da ergibt, hat viele Facetten und ist überwiegend unerfreulich. Zwar geben drei von fünf Befragten an, sich »bewußt – und nicht als Not- oder Übergangslösung – für diese Tätigkeit entschieden« zu haben. Der Tatbestand, daß ein Freier mit durchschnittlich 41 Wochenstunden wenig mehr als ein Drittel vergleichbarer Tarifgehälter erarbeitet, nährt jedoch gelinde Zweifel. Sie werden auch nicht entkräftet, wo jemand nach fünf und mehr Jahren freier Mitarbeit noch immer auf feste Anstellung zu hoffen vorzögelt.

Zuarbeit für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, Agenturen und Illustrierte ist attraktiver und dankbarer als für die Tagespresse. Das ist nicht neu. Die bei den Tageszeitungen gezahlten Zeilenhonorare lassen frösteln. Wer das allein dem Überlebenskampf schwindsüchtiger Lokalblätter zuordnet, sollte sich einmal über die Praxis der großen ostdeutschen Blätter informieren. Das Pendant der »Pseudohonorare« bei den vielen kleinen privaten Rundfunkanbietern ist in die Erhebungen kaum eingegangen.

Einwände der Verleger gegen die Stichhaltigkeit der angeführten Untersuchungen sind nicht von der Hand zu weisen. 242 Fragebogen in der »feder«-Umfrage 1985, 514 Rückläufe bei dju und RFFU 1988 erfassen nur Bruchteile des Feldes. Mangels genauerer Kenntnis der Gesamtheit der Freien, damit verbundenen Schwierigkeiten, repräsentative Stichproben zu ziehen, sind Verzerrungen programmiert. Entgegenhalten lassen sich dem auch Gründe, die unfreiwillig noch zu einem geschönten Bild geführt haben könnten: Im Raster der Adressen fingen sich häufige Veröffentlichungen, mithin die aktivsten und vermutlich erfolgreichsten Korrespondenten. Redaktioneller Umgang mit den Produkten der Freien wurde kaum erfaßt, womit ein frustrierendes Kapitel

weitgehend außen vor blieb. Offen auch, inwiefern Ärger über objektive Misere und persönlich empfundene Ohnmacht bzw. Bedarf nach Selbstbestätigung auch beim Ausfüllen eines Fragebogens die Auskünfte emotional färbten.

Wie auch immer, der ausgewiesene Anteil von jungen Berufsanfängern und Seiteneinsteigern ist hoch. Fehlende Professionalität erscheint auch bei »alten Hasen« unverkennbar. Das vor allem begründet den Wert des informativen und fundierten Ratgeberanteils. Die ersten Schritte in die Selbständigkeit, Kontaktabbau und -pflege zu Redaktionen, Themensuche und Umgang mit Quellen, Profilierung eines selbständigen Arbeitsfeldes, die oft günstigere Kooperation mit Kollegen werden sachkundig dargestellt. Dem schließen sich Überblicke zu Spezifika verschiedener Medien und Sachwissen über einzelne Themenfelder mit Tips zur Spezialisierung an. Recht, Steuern, Vorsorge und Berufsverbände sollten aus den oben genannten Gründen die langjährig Freien beachten. Der Serviceteil bietet wichtige Adressen und einen Exkurs zu Bildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Besonderes Augenmerk hat auch die Situation der Freien in den neuen Bundesländern gefunden. Wenn ausgerechnet das, was die jüngsten Ermittlungen ergaben, am weitesten überholt erscheint, ist dies Verlag und Autoren nicht anzulasten. Gert Lange vermittelt ein authentisches Bild der DDR-Zeiten und des Neubeginns für die Freien. Inzwischen hat aber der Umbruch der Medienlandschaft – Abwicklung der elektronischen Medien, Privatisierung und Schrumpfen im Bereich der Presse – längst neue Gegebenheiten geschaffen. Der Anteil frei Mitarbeitender dürfte hier relativ größer sein als in den »alten« Ländern. Das Drittel der Mitgliedschaft, das sie in Berufsverbänden stellen, ist ein Hinweis darauf. Während der Anteil junger, unerfahrener Kollegen klein ist, dominieren ältere, ehemals festangestellte Redakteure. Es fehlt weniger an beruflichem Wissen, als an der Chance, es auszunutzen, und der Fähigkeit, »sich zu vermarkten«. Vollends undurchsichtig ist, wer ausschließlich von dieser Tätigkeit lebt, und wer sich als Rentner, Vorruhestandler, Arbeitsloser oder anderweitig Beschäftigter damit ein Zubrot sichert. Zu den einst statistisch erfaßten Journalisten darf man getrost die Einsteiger der Wende

und eine unbekannte Zahl von Umschülern (u. a. ehemalige Sozial-, Geistes- und Naturwissenschaftler) hinzuzählen.

Für sie alle, ob Exprofi oder Anfänger, stellt der »Ratgeber Freie Journalisten« zweifellos eine wertvolle Handreichung dar. Das gilt selbst, wenn der im Buch gewiesene Weg in PR-Stellen oder Werbung bei der derzeitigen Entwicklung kaum gangbar ist. Aber auch die Hoffnung drängt sich auf, daß dem Buch schnell eine aktualisierte Neuauflage beschieden sein möge. Die Kommunikationswissenschaft könnte sich mit einer gediegenen Sozialenquôte »Freie Journalisten« bleibende Verdienste erwerben. Das allerdings erscheint so unwahrscheinlich wie günstigere Berichte über eine handfeste tarifliche Absicherung Freier oder mehr Solidarität mit ihnen in den Redaktionen.

JÜRGEN GRUBITZSCH, Leipzig

Detlef Schröter: *Qualität im Journalismus*. Testfall: Unternehmensberichterstattung in Printmedien. – München und Mühlheim: Publicom Medienverlag 1992 (= ZW-Paper. Journalismus in Theorie und Praxis, Bd. 7), 288 Seiten mit 33 Tab. und 52 Schaubildern.

Unternehmensberichterstattung ist, das liegt nahe, wie kaum ein anderes Thema journalistischer Berichterstattung stark mitbestimmt von professionellem Informationsverhalten der Unternehmen selbst, von deren Pressearbeit also. Um die Frage des Einflusses von Pressearbeit auf die Unternehmensberichterstattung geht es in dieser Arbeit allerdings nur peripher. Schröter hält sich nicht mit der Frage auf, ob und wie das Informationsverhalten organisationaler Systeme Einfluß auf die Inhalte und Produkte des Journalismus nimmt. Er setzt voraus, daß Journalisten in ihrer täglichen Arbeit auf die Informationsleistungen institutionalisierter Quellen angewiesen sind und unterläßt es, den quantitativen Einfluß, den Pressearbeit auf die Berichterstattung der Medien heute hat, zu werten. Er geht einen Schritt weiter und nähert sich dem Problem von einer Perspektive her, die bisher in der Kommunikatorforschung so noch nicht Gegenstand einer breiter angelegten empirischen Untersuchung

war: Wenn Journalisten die Informationsleistungen institutionalisierter Quellen stark in Anspruch nehmen und ein Großteil der Medieninhalte deshalb auf die Initiative und das Material eben solcher Quellen zurückgeht, dann stellt sich doch die Frage, ob die Journalisten in ihren solchermaßen zustande gekommenen publizistischen Produkten noch die Qualitätsstandards des Journalismus – allen voran die Transparenz der Quellen – einhalten. Schröter stellt dabei die Medienrezipienten in den Mittelpunkt: Welche Chance haben sie, eine eventuelle Interessengebundenheit der Mitteilungen oder die Informationswege ihres Zustandekommens nachprüfen und so die ihnen angebotenen Informationen einordnen zu können?

Entsprechend ist Schröters Untersuchung auch keine Input-Output-Analyse, in der üblicherweise das Material von Presse- und PR-Stellen im Vergleich zur Berichterstattung oder umgekehrt inhaltsanalytisch untersucht wird. Er wendet vielmehr drei unterschiedliche methodische Verfahren parallel an. Er untersuchte die Unternehmensberichterstattung von vier Qualitäts- und einer Wirtschaftszeitung sowie von vier Wirtschaftsmagazinen und des »Spiegel« inhaltsanalytisch mit einem klassischen Kategoriensystem. Mit einer speziell entwickelten Bewertungsanalyse hat er außerdem das Wertebild untersucht, das Journalisten in ihrer Berichterstattung von den Unternehmen zeichnen. Insgesamt hat er dazu fast 3000 Beiträge über 16 deutsche und internationale Großunternehmen ausgewertet. Drittens hat Schröter unter den aus der Berichterstattung ermittelten Ausgangspartnern der Journalisten eine standardisierte Befragung vorgenommen. Mit ihr wollte er Erkenntnisse darüber gewinnen, wie die Ausgangspartner in den Unternehmen anhand konkreter Presseberichte über ihr Unternehmen oder über sich selbst die Informationsleistungen der Journalisten beurteilen (Mitteilungsadäquanz). Mit der Befragung sollte zugleich auch die Möglichkeit geschaffen werden, Einzelergebnisse aus der Inhalts- oder der Bewertungsanalyse etwa zu Fragen der Transparenz von Vermittlungsanlässen zu überprüfen.

Die Ergebnisse der Untersuchung sind in vielerlei Hinsicht interessant. Zum einen liefern sie, losgelöst von der konkreten Forschungsfrage,