

Editorial

„Somebody – was it Burke? – called journalism the fourth estate. That was true at the time, no doubt. But at the present moment it really is the only estate. It has eaten up the other three. The Lords Temporal say nothing, the Lords Spiritual have nothing to say, and the House of Commons has nothing to say and says it. We are dominated by Journalism. [...] The tyranny that it proposes to exercise over people's private lives seems to me to be quite extraordinary. The fact is, that the public have an insatiable curiosity to know everything, except what is worth knowing. Journalism, conscious of this, and having tradesman-like habits, supplies their demands.“ (Wilde 1891,14)

Es war zwar nicht der britische Staatsphilosoph Edmund Burke, sondern sein Landsmann, der Historiker Thomas Carlyle, der das im deutschen Sprachgebrauch oft missinterpretierte Diktum von der „Vierten Macht“, die der Journalismus sei, prägte. Jedenfalls war der Journalismus gemäß Oscar Wilde bereits Ende des 19. Jahrhunderts nicht mehr das, was er einstmals gewesen sein mag. Die Frage ist nur, worin diese Wandlungsprozesse bestehen und ob hier nicht vorempirische normative Vorstellungen von einem „richtigen Journalismus“ bisweilen zur Projektion auf ein als besser imaginiertes Früher führen.

Um „Wandel“ – in welchem Sozialbereich auch immer – zu untersuchen braucht es daher eine Definition der wesentlichen Strukturelemente, die sich in einer bestimmten Zeiteinheit in einer bestimmten Größenordnung darstellbar verändern (vgl. Giddens 1997, 521). Für eine derartige Bestimmung der Strukturelemente des Journalismus bietet es sich an, die fünf „Cluster“ von Preston (2009, 7 ff) modifiziert heranzuziehen:

- Individuelle und professionelle Werte (also das Rollenverständnis),
- institutionelle Praktiken und Routinen der Medienindustrie (institutionelles Selbstverständnis und Arbeitsrecht),
- organisatorische Einflüsse (worunter hier interessanterweise auch technische Rahmenbedingungen subsumiert werden),
- politisch-ökonomische Faktoren (Organisationsstrukturen, Marktverhältnisse, Rechtsstrukturen) sowie
- Kultur und Ideologie als symbolische Macht.

Bereits ein oberflächlicher Blick auf das, was sich in den nicht einmal zwanzig Jahren im Journalismus verändert hat, seit „Der Standard“ als erste deutschsprachige Zeitung online ging, legt nahe, dass Kommunikationstechnologien ebenfalls eigenständiges bestimmendes Strukturelement des Journalismus sind (und natürlich – siehe Telegraf, Fotografie, Radio, Fernsehen usw. – immer waren).

Die Beiträge dieses Heftes behandeln Phänomene des Wandels im Journalismus zwar auf unterschiedlichen Ebenen, lassen sich diesen Clustern aber direkt zuordnen:

Silke Fürst argumentiert in ihrem Beitrag für eine Weiterentwicklung der Nachrichtenwerttheorie: Öffentlichkeitsresonanz werde zu einem Nachrichtenfaktor, „newsworthy“ ist das, worüber alle reden, selbst wenn der Medien-Hype nur einer geschickten PR-Strategie geschuldet sein mag. Fürst geht in ihrer literaturanalytischen Zusammenstellung davon aus, dass dieser Selbstverstärkungsprozess öffentlicher Kommunikation durch Onlinemedien nicht erst hervorgebracht, durch sie aber sichtbarer gemacht wurde.

Prandner/Kirchhoff thematisieren den Widerspruch zwischen kulturellem Wandel in Gestalt der Zunahme formaler Bildung unter österreichischen Journalistinnen und Journalisten einerseits und der Konstanz in den Anforderungen seitens der Medieninstitutionen andererseits. Sie können empirisch nachweisen, dass trotz steigender Zahl akademischer Bildungsabschlüsse, diese keinerlei Einfluss auf Karrierechancen oder Einkommen haben. (Die einschlägigen Kollektivverträge sehen denn auch eine Art dualer Ausbildung vor, welche Kurse bzw. Studium mit betrieblicher Unterweisung verbinden).

Bei *Daniela Dahlke* geht es exemplarisch (an Hand zweier Leitfadeninterviews) um institutionelle Praktiken wie um politisch-ökonomische Faktoren der Berichterstattung in österreichischen Privatradios: Wirtschaftlicher Druck führe zu Infotainment und Anpassung an die Veröffentlichungsbedürfnisse von Politik und Wirtschaft.

Dietrich und *Thiele* unternehmen eine Sekundäranalyse kommunikationswissenschaftlicher Studien zur Medienkritik. Wie auch bei Fürst ist hier nicht nur das Praxisphänomen, sondern auch die einschlägige kommunikationswissenschaftliche Reflexion Teil der Betrachtungsweise, die, so ließe sich daraus folgern, vor allem durch normative Appelle und systemtheoretisches Vokabular geprägt ist und (daher?) Online-Kommunikation nicht recht einzuordnen weiß.

Letztere ist bei *Florian Wörgötter* unter den Blickwinkeln der Wert-, Organisations- und Technikstruktur Thema. Social Media verringern demnach – jedenfalls im Kulturressort – die Distanz zwischen Berichtenden und Kunstausübenden. Journalismus und Kunstspäre könnten aus ökonomischen Imperativen zu einem Hybrid zusammenwachsen (ähnlich dem, was Dahlke über Politik- und Wirtschaftsberichterstattung anspricht).

Auch wenn es sich bei den hier versammelten Beiträgen um Schlaglichter aus sehr unterschiedlichen Perspektiven handelt, lassen sich in den hier versammelten Beiträgen Digitalisierung, Ökonomisierung und kulturelle Determinanten, als Elemente eines Veränderungsprozesses erkennen. Dessen Tragweite zu bestimmen, wird eine wesentliche Aufgabe künftiger empirischer kommunikationswissenschaftlicher Forschung sein. Gleichzeitig steht in diesem Kontext aber auch manches aus dem Theoriefundus der Kommunikationswissenschaft zur Überprüfung an, wie dies sich auch aus den meisten der hier versammelten Beiträgen ablesen lässt.

Roman Hummel/Rudi Renger

Literatur

Giddens, Anthony (1997): Sociology. Cambridge: Polity Press.

Preston, Paschal (1997): Making the News. Journalism and news cultures in Europe. Oxon: Routledge.

Wilde, Oscar (1891): The Soul of Man under Socialism. London. Online: <http://www.readeasily.com/oscar-wilde/00207/002070014.php> (2.2.2014).