

## „Was mit Medien“

In den 1990er Jahren hatte ich einen Lehrauftrag für Politik- und Medienwissenschaften an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf. Wenn ich damals mit meinen Studierenden über ihre Berufsvorstellungen sprach, hörte ich sehr häufig: „was mit Medien“. Waren es vorher der Journalismus oder die Politikberatung, in die es viele zog, die nicht Lehrer werden wollten, war mit der Einführung oder besser der Zulassung des Privatfunks in der Bundesrepublik Mitte der 1980er Jahre ein Berufsfeld attraktiv geworden, das durch die Vielzahl der neuen Sender und die Vermehrung der Verbreitungswege scheinbar unbegrenzt zu wachsen schien. Die freie Mitarbeit bei der Lokalzeitung oder die Assistenz bei Abgeordneten, Fraktionen, Parteien und Stiftungen waren jetzt als Berufseinstieg für Germanisten, Historiker, Politologen und andere Absolventen verwandter Studiengänge nicht mehr so attraktiv. Das hatte sicher auch etwas mit der fehlenden gesellschaftlichen Wertschätzung der Journalisten und der Politiker zu tun, deren Ansehen sich seitdem auch nicht wieder zum Positiveren entwickelt hat.

Kein Wunder, dass schon damals besorgte Stimmen vor den nicht mehr funktionierenden Rekrutierungsmechanismen für Journalismus und Politik warnten. Während sich an dieser Einschätzung bis heute wenig geändert hat, boten aber gleichzeitig die damals „neuen Medien“ ein Betätigungsfeld, das sich von Image und Verdienstmöglichkeiten her besser eignete, den Wunschvorstellungen der angeblichen „Generation Y“ zu entsprechen. Mit der Expansion der privaten Medien hatte sich ein neues Feld aufgetan, in das viele streben konnten, deren Berufswünsche eher dem Geist der Zeit entsprachen. Für Journalisten oder Politiker bzw. Politikberater waren und sind klare Positionierung und eigene Meinung ebenso essentiell wie die Akzeptanz von Unbequemlichkeit und Kritik. Das erfordert eine gehörige Portion Selbstbewusstsein und auch ein gerütteltes Maß an Leidenschaftlichkeit. Das hat nicht jeder bzw. ist nicht jeder bereit zu akzeptieren.

Die Generation, die ab Mitte der 1990er Jahre ins Studium ging, zeichnete sich ja eher durch die Suche nach Selbstverwirklichung sowohl im Beruf als auch in Familie und Freizeit aus. Sie wollte, das haben Hurrelmann und Albrecht herausgearbeitet, aus jeder noch so undurchsichtigen Situation das Beste für sich selbst machen. Sie wollte sich alle Optionen offen halten und ohne starke Hierarchien und Reglementierungen leben und arbeiten. In diesem Sinne war die „Generation Y“ zwar nicht unpolitisch, aber sie wollte auch keine neue, bessere Gesellschaftsordnung erkämpfen. Damit fehlte es ihr eigentlich, diese These sei gewagt, an den für Journalisten und Politikern notwendigen Voraussetzungen. Und damit erklärt sich umgekehrt vielleicht auch, so sehe ich es, die Sogwirkung des diffusen Zieles „was mit Medien“.

Was das konkret heißt, mag die Situation des Journalismus in den USA verdeutlichen. In den letzten zehn Jahren ist dort die Zahl der hauptberuflichen Journalisten um ungefähr ein Fünftel auf 40 000 gefallen – während gleichzeitig die Zahl entsprechender Arbeitsplätze in PR-Agenturen um ein Viertel auf ca. 200 000 gestiegen ist. Erschwerend kommt hinzu, dass das jährliche Durchschnittseinkommen bei Letzteren um 20 000 \$ höher liegt als bei Journalisten. Es wäre zu einfach, diese Entwicklung al-

lein auf die Lebens- und Berufserwartungen der „Generation Y“ zurückzuführen, aber dennoch ist der darin abzulesende veränderte Stellenwert symptomatisch für den Bewusstseins- und Wahrnehmungswandel des konventionellen Journalismus. In der Politik bzw. der Politikberatung ist ein derartiger Wandel weniger an der Zahl der Arbeitsplätze oder am Einkommen abzulesen – beides wächst eher, was aber mit der Besitzergreifung aller gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Sphären durch Staat und Politik zu tun hat. Hier ist es zu erkennen an der immer weniger repräsentativen Vertretung der Bevölkerung in Parteien und Parlamenten und der allgemein nachlassenden Bindung an politische Parteien.

Vor diesem Hintergrund stehen Politik und Journalismus vor schwierigen Aufgaben. Aktuelle Themen wie Krisenkommunikation, Katastrophenjournalismus, Diffamierung und Hetze im Netz und viele andere mehr erfordern genaueste Analyse und wissenschaftliche Bewertung. Die politischen Entscheider brauchen fundierte Handlungsempfehlungen. Das Spannungsfeld zwischen Politik und Öffentlichkeit war angesichts der jüngsten Entwicklungen in Europa und in der Welt lange nicht mehr so kompliziert wie gegenwärtig. Deshalb ist es jeder Mühe wert, genau hinzuschauen, was passiert und was das bedeutet.

Aber noch einmal zurück zu den Berufsabsichten der Studierenden: Wenn schon viele, zu viele, „was mit Medien“ machen wollen, dann sollte dem, das sage ich mit Überzeugung, eine gründliche fachwissenschaftliche Ausbildung vorausgegangen sein. Die angebliche „Generation Y“ ist heute schon wieder Geschichte, aber vielleicht findet die nächste Generation ja wieder Gefallen und Interesse an einer Tätigkeit im professionellen Journalismus und im politischen Geschäft. Dies wäre sicherlich im öffentlichen Interesse. Und dann könnte der Wunsch lauten: „Was mit gesellschaftlicher und politischer Relevanz“.

*Dr. Jürgen Brautmeier, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und bis Ende 2015 Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)*