

Lokale Medien als Chance für die Bürgerbeteiligung

Thomas Häussler

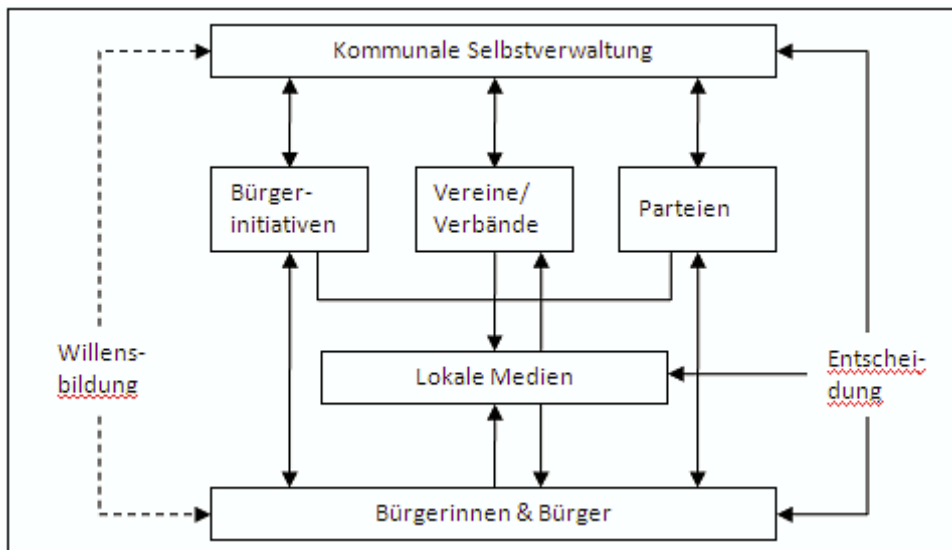
Zentrale Bedeutung der lokalen politischen Öffentlichkeit für die Demokratie

Das Lokale wird oft mit Vertrautheit, gar mit Behaglichkeit oder Weltfremdheit gleichgesetzt. Erst Konflikte wie diejenigen rund um das Bahnprojekts »Stuttgart 21« lassen die »cleavages«, die Spaltungen in der Gesellschaft, offen zutage treten und strafen das romantisierende Bild einer heilen Welt Lügen. Und sie zeigen auf, dass das Lokale genauso politisch ist, wie der nationale oder der internationale Kontext. Diese Sichtweise ist indes beileibe nicht neu, sondern eher eine vergessene gegangene Selbstverständlichkeit. Der Amerikanische Philosoph John Dewey etwa sah im Lokalen ganz klar die Wiege und den Hort der modernen Demokratie als er 1927 schrieb: »American democratic polity was developed out of genuine community life, that is, association in local and small centers [...]« (Dewey 1927, 111). Dewey ist im gegenwärtigen Zusammenhang wichtig, weil er nicht nur ein Theoretiker der Demokratie, sondern ebenso ein Theoretiker der Öffentlichkeit war, und davor warnt: »Till the Great Society is converted into a Great Community, the Public will remain in eclipse. Communication alone can create a community.« (Dewey 1927, 142). Kommunikation kommt demnach eine zentrale Stellung zu und die entscheidende Frage ist dann, wie sie auf lokaler Ebene ausgestaltet ist und ob sie den Anforderungen einer vitalen Öffentlichkeit gerecht wird. Um dieser Frage etwas genauer nachzugehen, zeigt der Beitrag zunächst die Besonderheiten lokaler Öffentlichkeiten auf, um anschließend die strukturellen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte nachzuzeichnen. Daran anknüpfend werden mögliche Alternativen identifiziert.

Charakteristika der kommunalen Öffentlichkeit

Der Mainstream der sozialwissenschaftlichen Forschung behandelt die lokale Ebene heutzutage nahezu stiefmütterlich und überlässt das Feld lieber Ethnologen und Anthropologen. Das hat nicht alleine mit aktuellen Trends der Forschung zu tun, vor deren Hintergrund das Erkenntnisinteresse am Globalen das Lokale verdrängt, sondern mit der Schwierigkeit, den lokalen Raum überhaupt adäquat zu fassen. Mit dem Begriff »Gemeinde« werden die unterschiedlichsten Formen lokaler Ebenen bezeichnet: Sie reichen von »Metropolen, Trabantenstädten, von Industriezentren und landwirtschaftlichen Siedlungen, [bis hin zu] Städten und Landgemeinden« (Jonscher 1991, 14f.). All diese Formen weisen zwar Gemeinsamkeiten auf, sind jedoch gleichzeitig zu unterschiedlich, um miteinander verglichen werden zu können. Wenn dies in diesem Beitrag dennoch geschieht, dann im Hinblick auf den politischen Prozess, der in den oben genannten Formen der lokalen Ebene identisch ist und den Otfried Jarren (1984, 82) als kommunale politische Öffentlichkeit wie untenstehend charakterisiert.

Abbildung 1: Kommunale politische Öffentlichkeit



Wie wir sehen können, kommunizieren Bürgerinnen und Bürger zwar direkt mit Parteien, Verbänden, Bürgerinitiativen und sogar der Verwaltung. Eine wichtige Funktion kommt aber auch den Medien zu. Und gerade unter dem Gesichtspunkt der anhaltenden Mediatisierung, d. h. der immer stärker werdenden Rolle der Medien und der ihnen eigenen Funktionslogik, können wir auch auf lokaler Ebene von einer durch »Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit« (vgl. Habermas 1992, 431) sprechen. Dies bedeutet, dass in einer Mediengesellschaft der Kampf um Anerkennung (vgl. Honneth 1992) immer auch ein Kampf um mediale Aufmerksamkeit ist.

Konstitutiv für den lokalen öffentlichen Raum und lokale Medien ist nun, dass die Tagespresse darin nach wie vor die wichtigste Stellung einnimmt, insbesondere was die politische Information anbelangt. Lokaler Rundfunk und Lokalfernsehen wie auch die seit den 1960er Jahren aufkommende Alternativpresse haben demgegenüber das Nachsehen. Dementsprechend liegt auch das Hauptinteresse der Leserinnen und Leser auf dem Lokalteil der Presse. Er übertrifft alle anderen Ressorts deutlich und erreicht ein Leserinteresse von bis zu 89% (vgl. Jonscher 1991, 26). Gleichzeitig besitzen viele Lokalzeitungen eine Monopolstellung, was so auf regionaler oder nationaler Ebene nicht vorkommt und seitens der Forschung ambivalent beurteilt wird. Lässt sich aus Sicht der Meinungsvielfalt einwenden, dass eine eingeschränkte Medien- oder Titelvielfalt eine ebenso eingeschränkte Vielfalt der Sichtweisen nach sich ziehen kann, so hat die exklusive Stellung durchaus ihre Vorteile. Denn sie führt dazu, dass die Presse unabhängiger von den Pressionsversuchen durch Inserenten, öffentliche Stellen, Parteien usw. wird: Wo keine Konkurrenz herrscht, laufen Drohgebärden, bei Unfügsamkeit den publizistischen Rivalen zu bevorzugen, notgedrungen ins Leere (vgl. Knoche 1968; Noelle-Neumann 1974; Staab 1989; Stofer 1975). (1)

Und schließlich zeichnet sich der lokale Raum insbesondere durch soziale Nähe zwischen den einzelnen Akteursgruppen aus, also der Presse, den politischen Akteuren, den Inserenten und der Leserschaft. Dieses Charakteristikum fehlt auf nationaler oder internationaler Ebene gänzlich oder ist in weitaus geringerem Maße handlungsbestimmend. Durch die Nähe der Akteure zueinander entstehen nämlich genau jene Konstellationen, die

in der Forschung wie in der Praxis kritisch betrachtet werden: Wenn sich Journalistinnen und Journalisten und die größten Inserenten täglich begegnen und auch noch privat miteinander verkehren oder wenn Inhaber politischer Ämter gleichzeitig gewichtige Auftraggeber im Inseratenteil sind und zusammen mit dem Verleger, den Wirtschaftsunternehmen und Interessenverbänden gemeinsame Anliegen haben, dann drohen Unabhängigkeit und kritische Distanz der Presse auf null zu schrumpfen. Die vierte Gewalt verkommt so zu einem Spielball politischer und wirtschaftlicher Interessen (vgl. Jonscher 1991; Frahm 1980; Brumm 1980). Der lokale Raum ist demnach ein ganz besonderer Kontext, in dem sich die Rollen und Funktionen der verschiedenen Akteure und Organisationen auf vielfältige Weise überlagern und durchdringen.

Rahmenbedingungen für die Herstellung lokaler politischer Öffentlichkeit

Die fortschreitende Pressekonzentration ist sicherlich das markanteste Kennzeichen der Entwicklung im Printsektor, von der auch die Lokalpresse nicht ausgenommen ist. Ungeachtet aller kartellrechtlichen Fusionskontrollen hat die Anzahl der Zeitungsmonopole, die heute so charakteristisch für den lokalen Raum sind, dramatisch zugenommen: Lebten 1955 nur gerade einmal 8 Prozent der bundesdeutschen Bevölkerung in Ein-Zeitungskreisen, so waren es 1985 bereits knapp 36% und 2008 über 42%, wobei Tendenz und Ausmaß zwischen den einzelnen Regionen stark variieren (vgl. Schütz 1985, Schütz 2009).

Ein zweiter Punkt betrifft die Erlösstruktur von Lokalzeitungen. Zwar haben sich die Anzeigen in lokalen Presseprodukten seit den 1950er Jahren nicht zu einem solch substanziellen Faktor entwickelt wie bei überregionalen Blättern und den großen Zeitschriften. Dennoch spielen auch hier die Inserate – und damit die Inserenten – heute eine größere Rolle. (2) Der Erlös aus den Anzeigen hat denjenigen aus Verkauf/Abonnements auf jeden Fall abgelöst. Dadurch verkaufen Verlage nicht mehr nur Zeitungen an Leser/innen, sondern ebenso ihre Leserschaft an die Inserenten.

Schließlich hat sich auch der Journalismus in den letzten Jahrzehnten dramatisch verändert. Insbesondere ist er von einer anhaltenden Professionalisierung geprägt. Ehemals nachgelagerte Tätigkeiten in der Texterfassung und -aufbereitung sind heute integraler Bestandteil des journalistischen Handwerks. (3) Ebenso sind der durchschnittliche Bildungsstand des Journalisten und seine spezifische berufliche Ausbildung stetig angestiegen (vgl. Meier & Häussler 2010; Weischenberg 1990; Weischenberg, Altmeyen, Löffelholz 1994). Hochschulabschlüsse sind keine Seltenheit. Und die Zahl der Journalistenschulen wie auch der journalistischen Ausbildung an Fachhochschulen bezeugt die Nachfrage nach einer fundierten Ausbildung im Handwerk.

Was sind die Resultate dieser Entwicklungen? Schlüter (1980) konstatiert 1980 selbstkritisch, dass zwischen nationaler und lokaler Ebene eine disparate Entwicklung stattgefunden hat und insbesondere der Lokaljournalismus u. a. von mangelnder Fortbildung der Journalisten, Gefälligkeitsjournalismus und Bequemlichkeit geprägt ist. Glotz und Langenbacher (1969) kamen bereits 1969 zum Schluss, dass – beileibe nicht nur auf lokaler Ebene – die Leserschaft und ihre Bedürfnisse missachtet werden. In der Tat bewegt sich der Lokaljournalismus oftmals in sehr vorhersehbaren Bahnen. Entsprechend dominant sind in der lokalen Berichterstattung Unfälle, Vergehen und Verbrechen, Kunst- und Kulturereignisse sowie Feste und Ehrungen (vgl. Rombach 1983: 171). (4)

Zu einem vorhersehbaren Themenmix, der die politische Dimension weitgehend vernachlässigt, gesellt sich eine kleine Anzahl von immerwährend gleichen Akteuren, welche die Berichterstattung dominieren. (5) Bürgerinitiativen und andere zivilgesellschaftliche Organisationen sind nachweislich eklatant untervertreten: Ihr Anteil ist in der Regel nicht höher als 4% (vgl. Jonscher 1991; Kurp 1994; Rohr 1980; Rombach 1983). Infolgedessen gibt die lokale Presse ein stark und systematisch verzerrtes Bild der Realität wider.

Ursache für die geschilderten Zustände ist sicherlich die oftmals prekäre Lage der Lokalredaktionen, die im Gegensatz zu ihren Pendanten auf nationaler Ebene chronisch unterbesetzt sind und in denen vergleichsweise schlechter entlohnte und schlechter ausgebildete Redakteure als Generalisten amten und während eines großen Teils ihrer Zeit fremde Texte redigieren. Denn: Durch die Unterbesetzung der Redaktionen werden freie Mitarbeiter/innen angestellt, denen es indes an journalistischer Kompetenz mangelt. Hinzu kommt, dass sich ein Teil der Freien aus Vereinen und Verwaltung rekrutiert, was die ohnehin bestehenden Abhängigkeitsverhältnisse zusätzlich verschärft (vgl. Rombach 1983). Der Beruf des Lokaljournalisten ist damit denkbar unattraktiv, so dass junge Nachwuchskräfte entweder gar nicht erst lokale Blätter als Arbeitgeber in Betracht ziehen, oder dann so bald als möglich zu regionalen und überregionalen Zeitungen wechseln.

Ebenso tragen aber auch die Verlage ihren Teil der Verantwortung. Denn trotz der Umwälzungen der Medienlandschaft, die in jüngster Zeit durch die digitale Revolution und das Internet ausgelöst wurden, verharren die meisten in einem Geschäftsmodell, das sich seit der Schaltung der ersten Anzeigen im Printbereich grundsätzlich nicht mehr verändert hat. Zwar machen sich die werbewirtschaftlichen Auswirkungen des Fernsehens eher auf regionaler und nationaler Ebene bemerkbar. Doch das Internet stellt auch die lokalen Verleger und ihre Presseprodukte vor eine Herausforderung, die sie nur in Ansätzen angenommen haben – sowohl publizistisch als auch ökonomisch (vgl. Glotz & Meyer-Lucht 2004).

Trotz dieser kritischen und zu Recht kritisierbaren Situation kann die Konsequenz daraus nicht sein, den Journalismus und die Lokalpresse für überflüssig zu erklären. Vielmehr muss es darum gehen, die lokale Öffentlichkeit auf ein anderes Fundament zu stellen. Dabei sind alle genannten Gruppen gefragt: Journalisten wie Verleger, Wirtschaftsunternehmen wie Politik und nicht zuletzt auch die Leserschaft.

Beispiele für eine alternative lokale politische Öffentlichkeit

Das zentrale Problem der lokalen Öffentlichkeit besteht weniger in der eingeschränkten Themensetzung als vielmehr darin, dass nahezu ausschließlich die lokalen Eliten zu Wort kommen. Damit sind freilich auch die entsprechenden Sichtweisen ungleich stärker vertreten. Wenn es sich aber so verhält wie John Dewey festhält, dass nämlich die Leute wissen »wo der Schuh drückt«, dann muss öffentlich lokale Kommunikation so strukturiert werden, dass gerade diesen Perspektiven in stärkerem Maße Gehör verschaffen wird. Im Folgenden werden drei verschiedene Möglichkeiten dafür skizziert.

»Civic Journalism« – Beteiligung »von oben«

Eine Beteiligung »von oben« setzt bei den Medien selbst an, d. h. die Initiative liegt bei den Journalistinnen und Journalisten. Hier kommen unterschiedliche Formen in Frage, die aber allesamt auf eine stärkere Bürgerbeteili-

gung abzielen. Sei dies, weil lokale Blätter öffentliche Podien und Diskussionsrunden abhalten oder sei dies, weil Bürgerinnen und Bürger selbst als Journalisten und Journalistinnen fungieren. Einzelne Projekte, die in den USA unter dem Namen »civic journalism« praktiziert werden, kombinieren beides. Hier werden einerseits Diskussionsforen geschaffen, bei denen insbesondere benachteiligte Akteure zu Wort kommen. Gleichzeitig werden einzelne Personen auch in die journalistische Arbeit miteinbezogen (vgl. Schaffer, Miller, Kramer 1995). Der Vorteil dieses Ansatzes ist, dass er nicht nur die Medienberichterstattung verändern will, sondern die lokale politische Diskussion insgesamt. Die Nachteile sind freilich vielfältig: Zunächst hängt »civic journalism« stark von den Journalistinnen und Journalisten und ihrem Ethos ab, denn sie fungieren als Initianten. Es können durch eine zu große Nähe zwischen Journalistinnen bzw. Journalisten und Bürgerinnen bzw. Bürgern wiederum informelle Abhängigkeiten entstehen, so dass letztere ihren kritischen Blick verlieren und als basisdemokratisches Feigenblatt zu billigen Arbeitskräften verkommen. Und schließlich benötigen Diskussionsforen und Bürger/innen als Journalisten den Einsatz insbesondere von Zeit, Engagement und finanziellen Mitteln, wobei mindestens letzteres eine knappe Ressource darstellt.

Bürger/innen als journalistische Auftraggeber – Beteiligung »aus der Mitte«

Die Beteiligung »aus der Mitte« überlässt Initiative und Durchführung von größerer medialer Partizipation nicht allein den Medien, sondern bindet Bürger/innen und zivilgesellschaftliche Bewegungen stärker mit ein. Mit einher gehen damit sowohl alternative Finanzierungsmodelle wie auch allgemein eine stärkere Rolle des Internets: »Crowdsourcing« und »Crowdfunding« etwa beschreiben Möglichkeiten der Arbeitsteilung und der Arbeitsfinanzierung, die zwar auch vor der »digitalen Revolution« bereits praktiziert wurden. (6) Aber Onlinekanäle und -portale helfen hier, die einzelnen Arbeitsschritte zu organisieren. Darüber hinaus erweitern sie den Kreis der Adressaten und Interessenten, womit sich automatisch auch der Kreis derjenigen vergrößert, die sich in Form von materiellen oder ideellen Beiträgen an solchen Projekten beteiligen. Partizipation »aus der Mitte« ist sichtlich weniger von Medienhäusern und deren Interessen gesteuert. Freilich fehlt dadurch aber zugleich eine Organisation, die lokalen Anliegen und Sichtweisen eine stärkere Stimme zu verleihen vermag. Der geringere Organisationsgrad zeigt sich auch darin, dass Formen des »Crowdsourcing«, die nahezu ausschließlich an »Crowdfunding« geknüpft sind, nur dann funktionieren, wenn Belange recherchiert und artikuliert werden, die jenseits des Tagesgeschäftes liegen. D. h. sie sind zwar chronisch, aber nicht akut. Die medialen Inhalte entstehen dabei in einem partizipativen Prozess, der nicht nur Journalistinnen und Journalisten einbezieht.

»Gegenöffentlichkeit« – Betroffene stellen selbst Öffentlichkeit her

Bei der Beteiligung »von unten« stellen Betroffene selbst Öffentlichkeit her. Die Medien sind damit nicht mehr Dreh- und Angelpunkt im politischen Prozess, sie bleiben aber ein wichtiger Akteur. Erfolg und Misserfolg von Projekten, die die lokale Öffentlichkeit »von unten« versuchen zu mobilisieren, hängt damit im Wesentlichen davon ab, ob einzelne Bürger/innen wie auch zivilgesellschaftliche Organisationen die nötigen Ressourcen aufzubringen vermögen, um ein Thema in die lokale Öffentlichkeit zu bringen und – fast noch wichtiger – dort zu halten. Ressourcen sind dabei sowohl materieller Natur, betreffen aber auch Know-how, Zeit, Arbeitskraft usw. Bei der Beteiligung »von unten« spielen die (traditionellen) Medien zwar immer noch eine wichtige Rolle, weil auch in lokalen Kontexten der politische Prozess medienvermittelt ist, aber die Partizipationsstrategien sind

nicht mehr alleine und auch nicht mehr nur direkt auf die Medien ausgerichtet. Vielmehr geht es darum, unterschiedliche Formen von Öffentlichkeit miteinander zu verknüpfen.

Grenzen und Perspektiven für eine vielfältigere lokale politische Öffentlichkeit

Die drei skizzierten Alternativen zeigen verschiedene Formen der Partizipation in und an den Medien auf. Sie machen zudem deutlich, dass die »Akteursgruppen« (lokale) Medien, Bürgerinitiativen und einzelne Bürger/innen darin in unterschiedlichem Verhältnis zueinander stehen. Dieses Verhältnis ist insbesondere geprägt von drei verschiedenen Aspekten: Von wem geht die Initiative für eine fortgesetzte Berichterstattung aus? Welche Stellung haben bzw. welche Strategie verfolgen zivilgesellschaftliche Organisationen? Und: Wie sind die Aktivitäten finanziert? Sehen wir von dieser Differenzierung zunächst einmal ab, dann lässt sich festhalten, dass alle drei Partizipationsformen dazu geführt haben, sowohl die Themen als auch die Akteure der Berichterstattung bzw. den lokalen politischen Diskurs zu erweitern und damit deren Qualität zu steigern.

Im Hinblick auf die Verbesserung der lokalen politischen Öffentlichkeit lohnt es sich jedoch, noch einmal genauer die Rolle der zivilgesellschaftlichen Organisationen und deren tatsächlichen Einfluss auf die Berichterstattung anzuschauen. Bei der Beteiligung »von oben« sind zivilgesellschaftliche Organisationen ausschließlich auf das Engagement einzelner Journalisten und Journalistinnen bzw. dem publizistischen Credo einzelner Organisationen und Projekte angewiesen. Bei der Beteiligung »aus der Mitte« nehmen sie schon eine deutlich aktivere Rolle ein. Am unabhängigsten scheinen zivilgesellschaftliche Organisationen, die sich auf die »Beteiligung von unten« stützen. In dieser Beteiligungsform haben sie die größte Gestaltungsfreiheit. Indes ist die Kreativität, mit denen zivilgesellschaftliche Gruppen verschiedene Formen der Öffentlichkeit herstellen, auch mit einem bestimmten Maß an Zwang verbunden. Dem Zwang nämlich, die Selektionshürden der Medien zu überspringen, um so überhaupt in deren Berichterstattung zu gelangen. Egal, welche Aktionsformen gewählt werden (Protestpicknicks, Barockfeste usw.): sie erfüllen zwar unterschiedliche Funktionen, die u. a. für den Zusammenhalt der Aktivisten und die Solidarität von weiteren Kreisen der Bevölkerung von Bedeutung sind. Aber sie zielen auch darauf ab, mediale Aufmerksamkeit zu erregen. D. h. sie weisen aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht alle einen gewissen Nachrichtenwert (vgl. Schulz 1976) auf und machen es damit wahrscheinlich, dass (lokale) Medien sie in die Berichterstattung aufnehmen. Diese »Unsicherheit« ist der Preis für ihre Unabhängigkeit. Denn positiv gewendet bedeutet dieser Umstand, dass bei einer Beteiligung »von unten« zivilgesellschaftliche Organisationen zumindest bis zu einem gewissen Grad selbst bestimmen können, wann und wie sie in die Berichterstattung gelangen. Allerdings entfällt damit ein Großteil der Kosten in Sachen Arbeit, Zeit, Know-how, usw. auf die Organisationen selbst.

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Bewertung der Partizipationsformen bezüglich ihres Einflusses auf die Qualität der Berichterstattung und des lokalen politischen Diskurses ist folgender: Bei einer Beteiligung »von unten« wie auch einer Beteiligung »von oben« zielen zivilgesellschaftliche Organisationen nicht auf eine Veränderung der Medien selbst ab. Vielmehr bewegen sie sich innerhalb des gegebenen Rahmens (»von unten«) oder überlassen Transformationsprozesse den Medien selbst (»von oben«). Nur bei der Beteiligung »aus der Mitte« tritt zu einer Beteiligung in den Medien auch eine Beteiligung an den Medien hinzu. Indes ist auch hier

klar, dass die Arbeitsteilung ihre Grenzen hat: Mag Recherche ein Aspekt sein, der aus der journalistischen Arbeit ausgelagert werden kann, so bleiben Fakten einordnen, bewerten und kommentieren genuin journalistische Leistungen. Die ureigenen gesellschaftlichen Aufgaben der vierten Gewalt sind nicht veräußerbar.

Nebst dem »sourcing« bleibt dann das »funding« derjenige Punkt, der einen entscheidenden Einfluss auf die Arbeit der Medien und die Qualität der Berichterstattung hat. Projekte wie spot.us versuchen hier, neue Wege zu gehen. Andere Finanzierungsmodelle sehen Stiftungen vor oder bieten neben den klassischen Abonnements auch »pay per article«-Optionen u. ä. an. Natürlich erzeugen all diese Modelle Folgeprobleme, auf die Jürgen Habermas zu Recht hinweist (vgl. Habermas 2008). In der Regel sind dies entweder eine unsichere und oft nur sporadisch vorhandene Finanzierung oder neue finanzielle Abhängigkeiten. Wenn aber die öffentliche Meinung das wichtigste Gut im politischen Prozess ist, die Lokalpresse darin gleichzeitig eine unverzichtbare Stellung einnimmt, die angesprochenen Unzulänglichkeiten ihrer Leistung indes ganz entscheidend auf die prekäre wirtschaftliche Stellung zurückzuführen sind, dann sind alternative Formen der Finanzierung gefragt. Eine weitgehend pragmatische Frage bleibt es, welche die Besten sind.

Damit ist in unserem Zusammenhang insbesondere die Einsicht ausschlaggebend, dass Strategien, die lediglich auf eine Beteiligung in den Medien abzielen, längerfristig nicht erfolversprechend sind. Ebenso entscheidend sind Weiterentwicklungen und Alternativen zu der bestehenden Finanzierung von lokalen Medien, sprich eine Beteiligung an den Medien. Hier sind freilich nicht nur Bürgerinitiativen und zivilgesellschaftliche Bewegungen gefragt, sondern gleichermaßen Leserinnen und Leser, Wirtschaftsunternehmen und die Politik selbst. Und auch hier wird es sich auszahlen, die Initiative nicht den Medien allein zu überlassen, sondern selbst aktiv zu werden.

Anmerkungen

- (1) Die Schlussfolgerung von Brumm (1980) ist hier allerdings vorsichtiger, argumentiert er doch, dass auch bei Monopolzeitungen die Inserenten – gerade in lokalen Kontexten – immer noch die Möglichkeit haben, ihre Werbung als »direct marketing« an die Konsumenten zu bringen.
- (2) Nicht alle Inserate entfallen dabei auf die Zeitungen selbst, da gerade in der jüngeren Entwicklung eine Verlagerung von Anzeigen aus Zeitungen in die Beilagen stattfindet (vgl. Jonscher 1991).
- (3) Zwar sind die Umwälzungen durch die Digitale Revolution nicht zu unterschätzen, was sich nicht zuletzt daran ablesen lässt, dass alle großen Medienhäuser inzwischen separate Online-Redaktionen betreiben. Indes erfolgte der erste tiefgreifende Modernisierungsschritt in den großen wie kleinen Redaktionen bereits in den 1960er Jahren, als die Desktop-Publishing Redaktionssysteme eingeführt wurden (vgl. Meier & Häussler 2010).
- (4) Entsprechend sind Feste und Feiern in Rombachs Untersuchung denn auch die häufigsten Anlässe für eine Berichterstattung (vgl. Rombach 1983).

(5) Allerdings kommen etwa die in Kurp (1994) zitierten Studien zu unterschiedlichen Ergebnissen, was den Stellenwert von Politik als Thema in der lokalen Berichterstattung betrifft. Dies ist auf unterschiedliche Erhebungsmethoden bzw. unterschiedlichen Kategoriensysteme der Inhaltsanalyse zurückzuführen.

(6) »Crowdsourcing« und »Crowdfunding« können sowohl Teil von Beteiligungsprozessen »von oben« als auch »aus der Mitte« sein. Sie spielen jedoch in letztgenannten Projekten in der Regel eine größere Rolle.

Literaturverzeichnis

Baerns, Barbara (1979): Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. In: Publizistik, 3/1979, S. 301-316.

Brumm, Dieter (1980): Lokale Kommunikation und freie Berichterstattung. In: Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, München, S. 112-115.

Dewey, J. (1927): The Public and its Problems, New York.

Frahm, Eckart (1980): Lokalredakteure – Blinde als Anwälte? Anmerkungen zur täglichen (De-) Formation des Zeitungsinhalts. In: Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, München, S. 83-104.

Glutz, Peter & Langenbucher, Wolfgang (1969): Der missachtete Leser: zur Kritik der deutschen Presse, Köln.

Glutz, Peter & Meyer-Lucht, Robin (Hrsg., 2004): Online gegen Print. Zeitungen und Zeitschriften im Wandel, Konstanz.

Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, Frankfurt a.M.

Habermas, Jürgen (2008): Medien, Märkte und Konsumenten. – Die seriöse Presse als Rückgrat der politischen Öffentlichkeit. In (ders.): Ach, Europa, Frankfurt a.M., S. 131-137.

Honneth, Axel (1992): Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte, Frankfurt a.M.

Jarren, Otfried (1984): Kommunale Kommunikation. Eine theoretische und empirische Untersuchung kommunaler Kommunikationsstrukturen unter besonderer Berücksichtigung lokaler und sublokaler Medien, München.

Jonscher, Norbert (1991): Einführung in die lokale Publizistik, Opladen.

- Knoche, Manfred (1969): Kommentar und Kritik im Lokalteil der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland. Eine pressestatistische und inhaltsanalytische Untersuchung. In: Publizistik, 2/1968, S. 348-359.
- Kurp, Matthias (1994): Lokale Medien und kommunale Eliten. Partizipatorische Potentiale des Lokaljournalismus bei Printmedien und Hörfunk, Opladen.
- Meier, Peter & Häussler, Thomas (2010): Zwischen Masse, Markt und Macht. Das Medienunternehmen Ringier im Wandel (1833-2009), 2 Bände, Zürich.
- Nissen, Peter & Menningen, Walter (1977): Der Einfluss der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit. In: Publizistik, 2/1977, S. 159-180.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1974): Folgen lokaler Zeitungsmonopole. Ergebnisse einer Langzeitstudie. In: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.): Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1971-1974), Bonn, S. 79-85.
- Rohr, Robert (1980): Terminjournalismus – und sonst nichts? Tageszeitungen und ihre Berichterstattung über Königstein. In: Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, München, S. 64-82.
- Rombach, Theo (1983): Lokalzeitungen und Partizipation am Gemeindeleben, Berlin.
- Schlüter, Hans-Joachim (1980): Der neue Lokaljournalismus. In: Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, München, S. 24-30.
- Schönbach, Klaus (1980): Die isolierte Welt des Lokalen. Tageszeitungen und ihre Berichterstattung über Mannheim. In: Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. Schriftenreihe der deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, München, S. 45-63.
- Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, München.
- Schütz, Walter J. (1985): Deutsche Tagespresse 1985. In: Media Perspektiven, 7/1985, S. 497-520.
- Schütz, Walter J. (2008): Deutsche Tagespresse 2008. In: Media Perspektiven, 9/2009, S. 454-483.
- Staab, Joachim Friedrich (1989): Marktstellung und lokales Informationsangebot regionaler Abonnementszeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Mainzer Allgemeinen Zeitung und der Mainzer Rhein Zeitung. In: Publizistik, 4/1989, S. 467-477.

Stofer, Wolfgang (1975): Auswirkungen der Alleinstellung auf die publizistische Aussage der Wilhelmshavener Zeitung, Nürnberg.

Weischenberg, Siegfried (1990): Das Paradigma Journalistik. Zur kommunikationswissenschaftlichen Identifizierung einer hochschulgebundenen Journalistenausbildung. In: Publizistik, 35/1, S. 45-61.

Weischenberg, Siegfried; Altmeppen, Klaus-Dieter; Löffelholz, Martin (1994): Die Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends, Opladen.

Autor

Thomas Häussler ist Kommunikationswissenschaftler an der Universität Bern. Seine Schwerpunkte sind die Medien- und Medienunternehmensgeschichte wie auch die politische Kommunikation, hier insbesondere der Strukturwandel der medialen Öffentlichkeit und das Potential des Internets für zivilgesellschaftliche Organisationen im politischen Prozess. Das letztgenannte Interessengebiet wird zurzeit im Rahmen der kommunikationswissenschaftlichen Forschergruppe »Politische Kommunikation in der Online-Welt« (www.fgpk.de) untersucht und durch die DFG unterstützt.

Kontakt:

Thomas Häussler

Universität Bern – Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Lerchenweg 36

CH-3000 Bern 9

E-Mail: thomas.haeussler@ikmb.unibe.ch

<http://www.ikmb.unibe.ch/content>

Dieser Beitrag ist in leicht veränderter Form zuerst erschienen in: eNewsletter Netzwerk Bürgerbeteiligung 1/2011 (12.12.2011, <http://www.netzwerk-buergerbeteiligung.de/>).

Redaktion

Stiftung MITARBEIT

Redaktion eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft

Eva-Maria Antz, Ulrich Rüttgers

Ellerstr. 67

53119 Bonn

E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de