

Die Zukunft gehört der Zeitung

VON JOSEF JOFFE

Warum lesen Geheimdienste so gerne Zeitung? Weil Auswerter und Journalist im Grunde die gleiche Arbeit leisten. Längst ist die Zeit vorbei, da ein Spion an einem Zuwendig an Information litt. Er, der Journalist, ja wir alle leiden an einem Zuviel, an der täglichen Springflut von Daten, Bits und Fakten, die kanalisiert, gesichtet, verstanden werden müssen. Es muß gefiltert und gewichtet, der Datenmüll getrennt und entsorgt werden. Deshalb wird es immer Nachrichtendienste und immer Zeitungen geben.

Nur: Die Zeitung, die wir heute in der Hand halten, dürfte schon übermorgen ein ganz anderes Ding sein. In einem Zeitalter, da Bits und Bytes immer schneller und billiger durch die Datennetze jagen, erscheint die heutige Art der Zeitungsmache immer absurder. Da werden Millionen Bäume über Tausende Kilometer in Papierfabriken geschleppt, dann wird das bedruckte Papier wieder quer durch die Welt gekarrt - und landet ein paar Tage später auf dem Abfall, oder bestenfalls beim Recycling.

Nicht genug damit: Die Zeitung, die der Leser morgens erhält, ist veraltet. Wenn er Glück hat - wie in Amerika oder England -, sind die frischesten Nachrichten acht Stunden alt; wenn er das Pech hat, in Deutschland zu leben, wo überregionale Zeitungen am Nachmittag 'zugemacht' werden, kann die Nachricht schon recht gut 'abgehängt', also 16 Stunden alt sein. Ist das der Tod der Zeitung, der immer öfter vorausgesagt wird? Nein, nie und nimmer - das haben auch Radio und Fernsehen nicht geschafft. Andererseits: Wo sind die Steintafeln und Pergamentrollen geblieben, auf denen in früheren Zeiten die Nachrichten (z. B. vom Berg Sinai) verbreitet wurden?

Auf jeden Fall wird sich das Vehikel ändern. Gemeint ist nicht der Bildschirm, wo heute schon Internet und On-Line mit Abermilliarden Bytes aufwarten. Die 'interaktive' Arbeit - aufs 'Menü' starren, anklicken, warten - ist viel zu mühsam, um von der Masse der Nicht-Freaks angenommen zu werden. Überdies befriedigen solche Netze nicht das eigentliche Bedürfnis des Zeitungslers: Er bekommt nur, was er sucht - nicht das Wohltuend- Wohlgeordnete, das unerwartet Neugier und Interesse stimuliert. Der Leser will nicht digitale Signale, sondern Geschichten, Analysen, 'Sinn'. Der Computer versteht nichts, er läßt suchen.

Dennoch: Unweigerlich wird die explosionsartig ansteigende Geschwindigkeit der Datenverarbeitung und -übermittlung die klassische Papier-Zeitung verdrängen. Zwei Möglichkeiten sind heute schon keine Utopie. Die eine ist ein flacher Bildschirm im DIN-A3-Format, etwa von der Dicke dieser Zeitung, der auch aussehen wird wie das vertraute Ding. Er wird eine Titelseite zeigen, dann wird man 'weiterblättern', auch

Anzeigen sehen, per Fingerdruck Ausführlicheres zum gerade gelesenen Artikel oder ein verwandtes Stück anfordern können. Irgendwann wird sich die Zeitung auch selbst 'vorlesen' - hilfreich, wenn man gerade im Verkehrsstau sitzt.

Die zweite, wahrscheinlich angenehmere Möglichkeit ist die sich selbst recycelnde Zeitung. Sie kommt morgens aus dem Farb-Laserdrucker und bedient sowohl das spezielle Interessenprofil des Abonnenten als auch dessen Neugier, liefert also ein Angebot, das die Redaktion für interessant und wichtig befunden hat. Gedruckt wird mit einer Tinte, die nach 24 Stunden verschwindet; die Seiten können also endlos wiederverwendet werden - so beschreibt es der ehemalige Chefredakteur der New York Times, Max Frankel.

Kurzum, die Zeitung wird nicht sterben, sondern wiedergeboren werden. Eine explodierende Technik wird auch nicht den Journalisten killen, sondern ihn - im Gegenteil - noch wichtiger machen, obwohl das viele Verlage noch nicht verstanden haben. Der Trend der Investitionen, auch im Ausland, läuft derzeit in Richtung Produktion und Marketing (Druckereien, TV-Beteiligungen, Multimedia-Ableger). Redaktionen werden dabei reduziert oder kurzgehalten; der Journalist übernimmt aufgrund der neuen rationalisierenden Technik immer mehr Aufgaben - Bild- und Seitenumbruch, Korrekturlesen -, die ihn von seiner eigentlichen Arbeit abhalten: recherchieren, analysieren, 'Sinn machen'.

Dabei ist die message, die aus der Medienflut aufsteigt, ganz simpel: Die Maschine ersetzt gerade in diesem Gewerbe nicht den Menschen. Wer im Informations-Orkan überleben will, braucht Kapitän, Karte und Kompaß. Nicht das 'Was' will der Leser haben, sondern das 'Warum'. Die Zeitungen, die im nächsten Jahrhundert prosperieren werden, weisst Frankel, werden den 'besten Journalismus' anbieten müssen, Leute, die ihre 'Sachgebiete beherrschen', die das 'Talent besitzen, eine endlose Vielfalt von Ereignissen bewerten und erklären zu können'.

Je mehr Information, desto kritischer die Verarbeitung - das ist die eigentliche Moral des digitalen Zeitalters, das gerade erst angebrochen ist. Nicht flimmernde Bilder und On-Line-Menüs will der Mensch; er will wie seit eh und je Sinn und Verstand - und um so mehr, als ihm die 'Info-Revolution' beides zu rauben droht. Was nützt das Internet, wenn man nicht weiß, wie man im 'Cyberspace' zu navigieren hat? Deshalb wird es immer Zeitungen geben, auch wenn die Druckmaschinen und Austräger verschwinden. Aber es werden nur Zeitungen überleben, welche die beste 'Software' aufbieten, sprich: das feinste journalistische Talent.