

Nachrichten für Ruhm und Ehre

Journalisten in der „précarité“

Irene Preisinger*

» In Frankreich wächst seit einigen Jahren die Zahl der so genannten „journalistes précaires“, die ohne feste Anstellung von ihren Beiträgen leben müssen. Die unsicheren Beschäftigungsverhältnisse verschlechtern nicht nur die individuelle Situation der Betroffenen – meist Berufsanfänger –, sondern auch die Ergebnisse ihrer Arbeit.

Der Beruf des Journalisten zählt in Deutschland wie in Frankreich zu den Traumjobs vieler junger Menschen. Rund 36 500 Journalisten gibt es derzeit im Nachbarland, in der Bundesrepublik sind es etwa 63 000. Die Zahlen sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen und werden, wirft man einen Blick in volle Journalistenschulen und gut besuchte Studiengänge, wohl weiter nach oben gehen. Nach der Ausbildung platzt aber für zahlreiche Absolventen der Traum von der Karriere in den Medien – sie finden keinen Job. Denn der Markt bietet sowohl in Deutschland wie in Frankreich lediglich wenige Redakteursstellen, und die sind hart umkämpft. Vielen Nachwuchsjournalisten bleibt deshalb nur ein Ausweg, wenn sie überhaupt in ihrem erlernten Beruf arbeiten wollen: Sie verzichten auf eine feste Anstellung und verdingen sich als freie Mitarbeiter, als so genannte „pigistes“, die nach Zeile, Beitrag oder Auftrag bezahlt werden.

In Frankreich stehen derzeit 5 639 „Freie“, wie sie im Deutschen genannt werden, in den offiziellen Statistiken, davon sind fast ebenso viele Frauen wie Männer.¹ Beruflicher und besonders wirtschaftlicher Erfolg ist mit freiberuflicher Arbeit schwierig zu erreichen, wie eine Studie unter Federführung des Soziologen Alain Accardo von der Universität Metz zeigt.² Der Untersuchung aus dem Jahr 1998 zufolge leben viele „pigistes“ buchstäblich von der Hand in den Mund. „Journalistes

précaires“ arbeiten viel, aber verdienen wenig. Außerdem leiden sie unter der unsicheren und instabilen Situation, was sich in diverser Hinsicht negativ auf die Betroffenen wie auf ihre Arbeit auswirkt. Einige Folgen sollen hier skizziert werden.

Die Gesamtheit der freien Mitarbeiter und auch aller Journalisten ist in Frankreich anhand von Statistiken gut zu überblicken. Denn jeder Medienmacher muss sich, um den für den Job notwendigen Presseausweis zu bekommen, bei der „Commission de la Carte d'Identité des Journalistes professionnels“ (CCIJP) eintragen lassen. Die begehrte „Carte de Presse“ bekommt, wer als Journalist im Sinne einer gesetzlich festgelegten Definition gilt. Laut Artikel L 761-2 des „Code du Travail“ ist Journalist, wer als „hauptsächliche, regelmäßige und bezahlte Beschäftigung die Ausübung seines Berufs in einer oder mehreren täglich oder periodisch erscheinenden Publikation(en) oder einer oder mehreren Presseagentur(en) hat und daraus den Hauptteil seiner Einkünfte bezieht“. Die Legaldefinition schließt Korrespondenten, Übersetzer, Zeichner und redaktionelle Mitarbeiter wie Stenographen ein. Für audiovisuelle Medien existiert eine Sonderregelung. Wer zur Berufsgruppe der Journalisten zählt, ist zwar klar abgegrenzt, nicht aber worin die Tätigkeit besteht. Das Sammeln, Aufbereiten oder Kommentieren von Nachrichten, Ereignissen oder aktuellen Informationen bleibt unerwähnt.

* Dr. Irene Preisinger ist Diplom-Journalistin und arbeitet als Korrespondentin für Wirtschaft und Politik bei der Nachrichtenagentur The Associated Press (AP) in München.

Unter den von der CCIJP erfassten Journalisten hat sich die Zahl der Mitarbeiter in prekären Arbeitsverhältnissen seit den 1980er Jahren etwa verdoppelt. Einige Betroffene tauchen aber in den Statistiken gar nicht auf, vermutet der Soziologe Accardo. Denn nicht alle Antragsteller erhalten eine „Carte de Presse“, etwa wenn ihre Einkünfte aus journalistischer Arbeit zu niedrig sind, um überhaupt als Haupterwerb gelten zu können. Der Studie zufolge sind von der „précarité“ vor allem junge und weibliche Journalisten betroffen. In Zahlen ausgedrückt: Neben den 5 639 Freien gibt es derzeit 3 527 Praktikanten mit Presseausweis, davon werden 2 277 monatlich bezahlt, 1 250 „à la pige“. Und von den 1 250 sind 721 Frauen und 529 Männer.³

Proletarisierung in intellektuellen Berufen

Die „précarisation“ von Arbeitsverhältnissen ist, wie Accardo richtig anmerkt, kein spezifisches Phänomen der Medienbranche, sondern findet praktisch in allen Berufszweigen statt. In der Logik des Wettbewerbs und der Rentabilität und unter dem dauernden Druck der Konkurrenz nähert sich die Arbeitswelt dem „travailleur-kleenex“, den man schonungslos „benutzen“ und anschließend „wegwerfen“ könne. Diese Tendenz zeige sich in der wachsenden Zahl von Teilzeitbeschäftigung, befristeten Verträgen oder Hilfsarbeiten, schreibt der Soziologe in seiner (oft kapitalismuskritischen) Studie. „Überall in der industrialisierten Welt nimmt der Anteil prekärer Arbeitsverhältnisse erheblich zu“, stellt auch der Münchner Soziologe Ulrich Beck fest.⁴ Immer mehr junge Menschen müssten sich damit abfinden, überhaupt keinen festen Vertrag mehr zu bekommen. In Frankreich ist schon von einer ganzen „génération précaire“ die Rede (siehe dazu auch den Beitrag „Generation Praktikum“ von Suzanne Krause in *Dokumente*, 1/2006).

Weil Presseunternehmen – anders als Industriebetriebe – nicht ins Ausland verlegt werden können, wo billiger produziert wird, gehen die Verlagschefs, die zunehmend aus der Wirtschaft oder der Finanzbranche kommen, einen anderen

Weg: Sie „proletarisieren“ laut Accardo eine steigende Zahl von Journalisten, „natürlich beginnend bei den verletzlichsten, das heißt den jüngsten“⁵. Gerade die Berufsanfänger seien wegen der schwierigen Rahmenbedingungen dazu verdammt, Praktika, Zeitverträge („contrats à durée déterminée“, CDD) oder sonstige schlechte Arbeitsbedingungen zu akzeptieren. Laut Gilles Balbastre, einem der Koautoren der Studie, beschäftigen die klassische Presse, TV-Produktionsfirmen und private lokale Radiostationen die meisten freien Mitarbeiter.⁶

Die Proletarisierung ist Accardos Analyse zufolge in intellektuellen Berufen generell stärker als in praktischen, weil eine Form von Selbstaussbeutung ins Spiel kommt. Geistige Arbeit werde oft von ehrgeizigen Menschen geleistet, die sich verwirklichen wollten. Sie erledigten ihre Aufgaben mit Leidenschaft und fast spielerisch. „Für die Ausübung scheint es legitim, ‘Opfer’ in Kauf zu nehmen.“⁷ Außerdem würden die Opfer nicht einmal als solche betrachtet, sondern eher als Auswirkung des brennenden Verlangens, sein Bestes für ein großes Unternehmen oder eine wichtige Aufgabe zu geben. Opfer gelten demnach als normaler Preis, den man zahlen muss – für den Stolz auf gute eigene Arbeit, für die Zufriedenheit, seine Pflicht erfüllt zu haben, und für die Wertschätzung seiner selbst. Auch die Aufgaben als solche werde nicht als von anderen vorgeschrieben empfunden, sondern als „ein persönlich übernommenes Engagement, eine freie und befriedigende Wahl und ein Ausdruck von Kreativität“. Arbeit wird so zur Mission oder zur Kunst, in der man exzellente Leistungen erbringen möchte. Materielle Aspekte rücken in den Hintergrund. Der Soziologe Beck spricht von „kreativer Armut“ und einem „Proletariat der Selbstverwirklicher“: „Wir haben es mit einer Generation von Lebenskünstlern zu tun, die mobil, flexibel und häufig auch schöpferisch sein will und gerade deswegen eher bereit ist, sich auf Arbeitsbedingungen einzulassen, die eigentlich nur als Ausbeutung gelten können.“⁸

Beim Journalismus kommt laut Accardo hinzu, dass er als ganz spezieller Beruf gesehen wird: „Journalisten werden getragen von einer Form der ‘Philotimia’, dem Hunger nach Ruhm und Ehre und dem Wunsch nach Anerkennung.“⁹ Wenn

dann Jahr für Jahr ganze Kohorten junger Männer und Frauen aus den Journalistenschulen kämen, mit guten Diplomen in der Tasche, aber ohne Erfahrung, ohne Forderungen und ohne Schutz, seien sie „sehr oft bereit, praktisch alle Bedingungen zu akzeptieren, um das gelobte Land eines Berufsstands betreten zu dürfen, von dem sie ein erfreuliches Bild pflegen“. Erst später müssen sie dem Soziologen zufolge grausam erfahren, dass die Bedingungen viel härter sind als angenommen. Denn Presseunternehmen und Fernsehsender seien zunehmend unter die Fuchtel großer Konzerne geraten, bestehende Gesetze zum Schutz der Journalisten würden gering geschätzt, und Chefs verhielten sich oft willkürlich.

Doch warum machen sich Berufsanfänger zu einem schlecht bezahlten Heer von Springern und billigen Aushilfen? Wie Accardo und seine Koautoren, acht Journalisten, in zahlreichen Interviews mit Betroffenen herausgefunden haben, kennen die Nachwuchskräfte trotz guter Ausbildung ihre Rechte nicht, weil sie im Studium wenig darüber gelernt haben und ihnen die nötige Berufserfahrung fehlt. Sie sind isoliert, weil sie nicht in die Redaktionen, für die sie arbeiten, integriert sind. Und sie haben Angst, sich zum Störenfried zu machen und so gegenüber weniger kritischen Konkurrenten ins Hintertreffen zu geraten.

Gilles Balbastre stellt mit Verwunderung fest, dass sich viele Freie trotz der schlechten Rahmenbedingungen „ihrem“ Unternehmen verbunden und verpflichtet fühlen. Das geht mitunter so weit, dass ein freier Journalist – im Wissen, dass seine Angaben komplett anonym veröffentlicht werden – dem Interviewer sagt: „Ich will vor einem Fremden nichts Schlechtes über meinen Laden sagen.“¹⁰ Es sei immer wieder erstaunlich, dass sich diejenigen, die als „pigistes“ arbeiten, wie Auserwählte fühlten – in der Hoffnung, dass dieser „Kreuzweg“ sie irgendwann auf den Posten des Festangestellten, des Regisseurs oder des Schreibers führt. „Sie machen sich Illusionen und sind Opfer des Prestiges des Berufsstandes.“ Die freien Mitarbeiter protestierten in der Folge nicht gegen die Arbeitsbedingungen und gingen auch nicht in Scharen zu den

Gewerkschaften. Stattdessen bitten viele Anfänger laut Balbastre um ein unbezahltes Praktikum, um so später zum (schlecht bezahlten) „pigiste“ zu werden. Mit wenig Geld, aber viel Hoffnung.

Die Folgen der prekären Arbeitsverhältnisse sind zum einen wirtschaftlicher Natur: geringes Einkommen, kein bezahlter Urlaub, keine oder schlechte soziale Absicherung, keine ausreichende Altersvorsorge. „Es wird viel gespart auf dem Rücken der freien Journalisten.“ Zum anderen wirkt sich die unsichere Situation auch im Berufsalltag aus: Journalisten werden zu Verkäufern ihrer Themen, Texte oder Beiträge. „Ein guter ‘pigiste’ ist vor allem ein Journalist, der sich zum Teil des Marktes macht, in dem er um sein Überleben kämpft.“¹¹ Ein freier Journalist, der für TV-Magazine arbeitet, erzählte im Interview von einem Automatismus, der ständig bei ihm ablaufe. „Wenn ich Zeitung lese, sage ich mir: Das ist eine gute Geschichte, weil ich schon die Argumente habe, um sie zu verkaufen.“ Außer der „Schere im Kopf“ können Themen auch dem Anpassungsdruck zum Opfer fallen, wie in einer anderen Äußerung eines Betroffenen deutlich wird: „Akzeptierst Du, in ein Schema gepresst zu werden und Dich vorstellen zu müssen, damit es gefällt und veröffentlicht wird? Oder sagst Du ‘Nein, so nicht’ und riskierst, nie veröffentlicht zu werden?“

„Warum machen sich Berufsanfänger zu einem schlecht bezahlten Heer von Springern und Aushilfen?“

Einen weiteren Grund für die „wachsende Nähe zwischen journalistischer Arbeit und kommerziellem Handeln“ sieht Balbastre darin, dass der Informationsmarkt im Grunde schrumpft. Die große Zahl der Magazine der General-Interesspresse, der Radio- und Fernsehkanäle habe die Wahlmöglichkeiten des Publikums nicht vergrößert. Und auch die Gestaltungsmöglichkeiten der Macher seien beschränkt. Die Mehrzahl der Medien verkauft demnach ein identisches Produkt in unterschiedlichen Verpackungen. Das Engagement einiger Großkonzerne auf dem Mediensektor habe zudem Information auf den Rang einer beliebigen Ware gedrückt, die bestimmten Marktregeln unterliegt: „Die vorherrschende Triologie lautet: Spektakel, Gefühl, Betroffenheit.“

Ein freier Journalist muss stets die Augen offen halten, um Ereignisse oder Themen rechtzeitig mitzubekommen – vor allem vor der Konkurrenz. „In einem Dschungel, in dem alles erlaubt ist, kämpft ein Heer von Journalisten ums Überleben.“ Ein Mitarbeiter von Frauenzeitschriften berichtete im Interview, als „pigiste“ müsse man immer Themen parat haben und sich sicher sein, dass niemand sonst gerade daran arbeite. Außerdem müssten die Vorschläge originell sein, um den Chefredakteur oder den Ressortchef zu interessieren. „Das ist das Problem, weil wir immer mehr auf dem Markt werden, die Themen vorschlagen.“ Wie in der Studie ausgeführt, erschwert es der harte Wettbewerb den freien Journalisten, kollegiale oder gar freundschaftliche Beziehungen aufzubauen. Von einer Solidarisierung der Betroffenen ganz zu schweigen. „Man neigt dazu, den anderen wie einen Konkurrenten zu sehen, sogar wie einen Feind.“¹²

Das Wettrennen um möglichst originelle Themen und die Recherche muss meist in sehr kurzer Zeit absolviert werden. Denn solche Vorarbeiten bezahlen die Redaktionen nur in seltenen Fällen. Außerdem haben freie Journalisten in aller Regel keine Hilfsmittel wie Dokumentationszentrum, Archiv oder Abonnements von Nachrichtenagenturen zur Verfügung. Darunter leidet dann die Themenfindung und -abgrenzung. Viele „pigistes“ gehen laut Balbastre dazu über, Ideen im nahen Umfeld zu suchen: bei der Lektüre von Zeitungen oder Büchern, die gerade „in“ sind, bei Gesprächen mit Freunden oder Bekannten. Die Nutzung anderer Medien als Quelle führt dazu, dass Themen immer wieder „recycelt“ werden. Die Information dreht sich im Kreis.¹³ Oder mit den Worten eines freien Mitarbeiters: „Der Journalismus heute ist in 90 Prozent der Fälle Abschreiben.“¹⁴ Die Geschichten beschränken sich in der Folge auf gesellschaftliche Phänomene, die oft mit einem psychologisierenden individuellen Zugang versehen werden. Themen wie Obdachlosigkeit, Sekten, Ernährung oder Scheidungskinder starten regelrechte Karrieren quer durch den Blätterwald und den Programmdschungel. Hinzu kommen eher zeitlose, aber immer wieder für ein breites Publikum interessante Berichte. Themen, die komplex, schwierig oder unange-

nehm sind, werden nach Balbastres Ansicht fallen gelassen – sei es von den freien Mitarbeitern selbst, sei es von den auftraggebenden Redaktionen, die ihrerseits Angst haben, dass die Berichte beim Publikum nicht ankommen. Die soziale Wirklichkeit wird so immer schlechter abgebildet, kritisiert auch Accardo. Stattdessen wird dem Publikum „eine albern beschönigte, psychologisierende, entpolitisierte, emotionale und einvernehmliche Vision“ der Realität präsentiert, die in der Redaktion entworfen wurde.¹⁵

„Ein Teil der Wahrheit, reduziert und schematisiert“

Um eine Geschichte attraktiv und nutzerfreundlich zu machen, müsse ein freier Journalist auch gewisse Rezepte anwenden: Er muss Zeugen finden, Betroffene, die ein Thema aus ihrer eigenen Perspektive darstellen – bewegend, fesselnd und auf jeden Fall authentisch. Politische, ökonomische oder soziale Implikationen werden nur in Bezug auf den speziellen Fall aufgezeigt. Größere Zusammenhänge erklären solche Stücke nicht, wie Balbastre zu Recht kritisiert. Stattdessen bieten sie einen erholsamen Zugang zu scheinbar bedeutenden Themen, der aber selten über Affektives und Empathie hinausgeht. Neben den Betroffenen muss ein freier Journalist Balbastre zufolge auch Exklusives liefern. „Alles muss einen eventuellen Käufer verführen: die Wahl der Situationen, der Gebrauch bestimmter Wörter, die Natur der berichteten Fakten.“ Weil nicht jede Geschichte bei den Redaktionen ankommt, bestehe die Gefahr, dass Themen aufgepeppt würden – mit allen Mitteln. Ein freier Journalist, der für aktuelle Magazine arbeitet, erläuterte im Interview: „Es ist nie von Beginn an ein falsches Stück. Du nimmst einfach einen Teil der Wahrheit, Du reduzierst und Du schematisierst. Und manche Teile nimmst Du dazu.“ Solche Berichte sind gespickt mit vielen kleinen Fälschungen oder Verdrehungen der Wahrheit, die für das Publikum unsichtbar bleiben. Auch professionelle Journalisten sind sich dessen nicht immer bewusst, denn meist kommen solche Vorgehensweisen erst bei Medienkandalen ans Licht. Auf Seiten der Macher

sind dann längst journalistische Ethik und Verantwortungsgefühl unter die Räder gekommen. Und in jedem Fall, in dem ein Schwindel unentdeckt bleibt, lernen junge Journalisten, dass die Achtung vor der Wahrheit von Fall zu Fall unterschiedlich gestaltet werden kann.¹⁶

Weil freie Mitarbeiter ökonomischen Zwängen unterliegen, sind sie oft von der persönlichen Einschätzung des Chefredakteurs oder des jeweiligen Auftraggebers abhängig. Diese wiederum denken häufig nur an Quoten oder Auflagenzahlen. Individuelle Urteile wie „das wird nicht gelesen“, „das interessiert niemanden“, „das ist langweilig“ seien gegenüber freien Journalisten an der Tagesordnung und lieferten den Vorwand, um eine Information aufzugreifen oder fallen zu lassen, schreibt Balbastre. „Der ‘pigiste’ wird oft reduziert auf die Rolle desjenigen, der Vorgaben ausführt, um sicherzugehen, dass er ein Produkt liefert, das den Bestellungen entspricht.“¹⁷ Der Autor zitiert einen Arbeitgeber mit den Worten: „Was ich will, ist jemand zwischen einem Profi und einem Amateur, der gewohnt ist, schnell zu arbeiten, mit leichtem Material. Das kostet nicht viel.“¹⁸ Accardo merkt an: „Einige von den schlimmsten heutigen Chefs sind ehemalige prekäre Journalis-

ten, die geschwitzt haben, um einen festen Job zu bekommen, und die es absolut normal finden, andere zu schinden – wie dies bei ihrer Ochsentour der Fall war.“¹⁹ Dauere das unsichere Arbeitsverhältnis über Jahre hinweg an, wachse bei den Betroffenen zudem die Frustration.

Auch wenn bei zahlreichen freien Mitarbeitern die Geschäfte gut laufen, kommt Accardo sieben Jahre nach seiner soziologischen Studie zu der Ansicht, dass sich die prekäre Situation vieler „pigistes“ weiter verschlimmert. Die Gewerkschaft „Syndicat national des Journalistes“ (SNJ) kritisiert, dass in Redaktionen häufig jeden Tag freie Mitarbeiter im Einsatz sind. Einige Chefs geben demnach offen zu, dass diese unverzichtbar sind, um den normalen Redaktionsbetrieb am Laufen zu halten. Der tatsächliche Bedarf an festangestellten Journalisten sei deutlich größer als die Zahl der Beschäftigten.²⁰ Trotz allem gibt es wenig Versuche der „pigistes“, sich gegen die schlechten Arbeitsbedingungen zu wehren, nicht zuletzt wegen ihres niedrigen Organisationsgrades. Außerdem sinkt in den Statistiken die Zahl der „journalistes précaires“ ab dem Alter von Ende 20. Das dürfte sicherlich vielen Berufsanfängern und Betroffenen Hoffnung geben.

1 Vgl. www.ccijp.net, Statistik vom 3.1.2006.

2 Vgl. Alain Accardo: *Journalistes précaires*. Editions Le Mascaret. Bordeaux 1998.

3 Vgl. www.ccijp.net.

4 Julia Bonstein: „Generation des Weniger“. In: *Der Spiegel*, Nr. 31/31.7.2006, S. 50–51, hier S. 50.

5 Alain Accardo, a.a.O., S. 8.

6 Gilles Balbastre: *Journalistes précaires*, Information précarisée. In: www.acrimed.org, Mai 1999.

7 Dies und das folgende Zitat: Alain Accardo, a.a.O., S. 20.

8 Julia Bonstein, a.a.O., S. 50. Vgl. auch: Dies./Merlind Theile: Auf Nummer unsicher. In: *Der Spiegel*, Nr. 31/31.7.2006, S. 44–55.

9 Dies und das folgende Zitat: Alain Accardo, a.a.O., S. 22 und S. 19.

10 Dies und die folgenden Zitate: Gilles Balbastre, a.a.O.

11 Dies und die folgenden Zitate: Ders.: Quand il faut „vendre“ l'Information. *Misère des Journalistes précaires*. In: *Le Monde diplomatique*, April 1999, S. 28.

12 Alain Accardo, a.a.O., S. 117.

13 Gilles Balbastre: Quand il faut „vendre“ l'Information, a.a.O.

14 Alain Accardo, a.a.O., S. 24.

15 Olivier Cyran: Ils se tirent la Bourre, ils en bavent, ils le font pour la Gloire. *Les Journalistes précaires*. In: www.cequillfautdetruire.org, 15.1.2006.

16 Vgl. Alain Accardo, a.a.O., S. 27.

17 Gilles Balbastre: Quand il faut „vendre“ l'Information, a.a.O.

18 Ders.: *Journalistes précaires*, Information précarisée, a.a.O.

19 Olivier Cyran, a.a.O.

20 Vgl. SNJ: „Le Livre blanc. Spécial Précaires“. In: www.snj.fr, Mai 2005.