



Gibt es 2020 die Presse noch?

Mit Nachwuchsjournalisten in Paris

Innerhalb einer Woche die französische Politik und Gesellschaft erkunden zu können, ist nicht selbstverständlich, zu verstehen wie sie funktionieren, noch viel weniger. So wie ihre französischen ‚homologues‘ in Berlin hatten die deutschen Jungjournalisten Gelegenheit, bei einem einwöchigen Seminar in Paris hochrangige Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Medien und Kommunikationsagenturen zu treffen. Was tut ein Conseil général eines Départements? Wie kommuniziert die Nationalversammlung? Wie baut man die französische Filiale eines deutschen Unternehmens auf? Wohin entwickelt sich die französische Gesellschaft? Dies waren nur einige der Themen, die in der Woche diskutiert wurden.

Besuche des größten europäischen Privatsenders TF1, des Internetfernsehens „La Télélibre“ oder der Redaktion des Figaro lieferten einen sehr konkreten Eindruck, wie Redaktionssitzungen ablaufen und welches Selbstverständnis die Redakteure von ihrer Arbeit haben. Zu den kontrovers diskutierten Themen gehörten die Wahrnehmung der Pressefreiheit in Frankreich sowie das Internet als Informationsquelle, die zunehmend die Presse unter Konkurrenzdruck setzt. Wird es sie 2020 überhaupt noch geben? Viele Gesprächspartner meldeten Zweifel an. Edwy Plenel, ehemaliger Herausgeber von Le Monde und Gründer von Mediapart, einer unabhängigen Internetzeitung, war der Auffassung, dass die Zukunft ganz dem Internet gehöre. Die Herausforderung bestehe darin, Qualität der Informationen und Analysen zu gewährleisten.

Besonders instruktiv war die Begegnung mit Bruno Pomart, einem ehemaligen Polizisten eines Sondereinsatzkommandos, der seinen Job aufgegeben hat und sich seit einigen Jahren der Integration von Jugendlichen aus der Banlieue widmet. „Berichte von Politikern über die Probleme in den schwierigen Vierteln gibt es viele, konkrete Aktionen vor Ort, sie von der Straße zu holen, noch viel zu wenige“, so Pomart zur Motivation seiner Arbeit.

Um die Jungjournalisten für Frankreich zu sensibilisieren und für den Umgang mit den Medien praxistauglich zu machen, hat das dfi allen Teilnehmern einen Praktikumsplatz bei Fernsehanstalten, der Presse oder dem Radio vermittelt. Die Arbeitsaufenthalte von 1-3 Monaten prägen sie nicht nur in interkultureller Hinsicht, da es stets eine Herausforderung ist, in anderen kulturellen Kontexten erfolgreich zu arbeiten. Das Programm ist auch ein weiterer Baustein zur Verzahnung deutscher und französischer Medienkontakte.

Wolfram Vogel (vogel@dfi.de)