



André Schiffrin

Was eine freie Presse wert ist

Wenn allein der Markt über Zeitungen und Bücher entscheidet, hat die publizistische Vielfalt schlechte Chancen.

Dass in den USA eine breite Opposition gegen den Vietnamkrieg entstand, war nicht zuletzt der damaligen Fernsehberichterstattung zu verdanken. Etwas Vergleichbares wollte die Bush-Regierung mit dem Irakkrieg nicht erleben, weshalb sie frühzeitig ein System der Selbstzensur etablieren wollte. In den entscheidenden ersten zwei Jahren, als viele Zeitungen und Zeitschriften der Regierung ihre Lügen abnahmen, klappte das wunderbar. Im Übrigen hatte Condoleezza Rice schon lange vor der Irakinvasion, ja noch vor dem Afghanistankrieg, die Chefredakteure der großen US-Sender zu sich gebeten, um ihnen zu sagen, dass die Regierung keine Fernsehbilder von verwundeten Zivilisten sehen wolle.

Auf diese Zusammenarbeit mit der Regierung ließen sich nicht nur die Massenmedien, sondern auch die Presse- und Verlagshäuser ein. Keines der zu den großen Medienkonzernen gehörenden Verlagshäuser (die fünf größten Verlage des Landes bestreiten vier Fünftel des US-Sachbuchmarkts) brachte auch nur ein einziges kritisches Buch über den Irakkrieg und die Außenpolitik der Bush-Regierung heraus. Zwar gab es viele kritische Bücher, doch die erschienen alle bei kleinen, unabhängigen Verlagen. Da es aber eine riesige gegen Bush eingestellte Leserschaft gab, wird die Politik der Medienkonzerne wohl eher politische denn kommerzielle Gründe gehabt haben. Als der Kleinverlag Seven Stories nach dem 11. September 2001 ein schmales Büchlein von Noam Chomsky auf den Markt warf, verkaufte er innerhalb weniger Wochen phänomenale 300 000 Exemplare.¹ Erst als es im Irak weiter bergab ging, begannen einige der wichtigen Zeitungen und Großverlage kritische Bücher zu publizieren, die es dann auch auf die Bestsellerlisten schafften.

Wie wichtig unabhängige Buch- und Zeitschriftenverlage für die demokratische Öffentlichkeit sind, braucht nicht erklärt zu werden. Weniger klar ist, wie sie sich etablieren und überleben können. Dennoch werden es sowohl in den USA als auch in Europa immer mehr. In Frankreich sind in jüngster Zeit Dutzende kleiner Alternativverlage für Literatur und Poesie entstanden, aber auch einige politische Verlage, die Autoren und Themen publizieren, die den großen Verlagshäusern zu riskant erscheinen. Das gilt etwa für Éditions Agone in Marseille sowie für die Pariser Verlage Les Arènes und Éditions Amsterdam. Ein weiterer Kleinverlag namens Demopolis bringt in diesem Herbst sein erstes Programm heraus. Solche unabhängigen Häuser verlegen Autoren wie Noam Chomsky, den US-Historiker Howard Zinn

(Agone) und Kulturkritiker wie Judith Butler und Stuart Hall (Amsterdam).

Es sagt einiges über die französische Verlagslandschaft, dass wichtige Bücher bis vor kurzem in Belgien publiziert werden mussten. Das gilt etwa für Eric Hobsbawms berühmtes Buch "The Age of Extremes" (dt. "Das Zeitalter der Extreme. Weltgeschichte des 20. Jahrhunderts"), das ich 1990 bei Pantheon Books herausgebracht habe und das anschließend in Dutzende anderer Sprachen übersetzt wurde – nicht aber ins Französische. Alle großen französischen Verlage waren damals überzeugt, dass für das Werk eines ehemaligen Kommunisten in den Regalen der französischen Buchhandlungen kein Platz sein würde. Erst nachdem sich *Le Monde diplomatique* des Falls angenommen hatte, hob der belgische Verlag Complexe den Titel ins Programm und machte ihn zu einem französischen Bestseller. Ein ähnliches Schicksal widerfuhr Noam Chomskys Textsammlung "Understanding Power". Obwohl dieses Buch in den USA fast 100 000-mal verkauft wurde, fand sich kein französischer Lizenznehmer. Schließlich griff dann der kleine, unabhängige Verlag Aden in Brüssel zu.

Zwei dieser Verlage wagen sich nun auch auf den Zeitschriftenmarkt: Amsterdam wird *La Revue Internationale des Livres et des Idées* herausbringen, ein französisches Pendant zur *New York Review of Books*. Und Les Arène bereitet eine Zeitschrift im Buchformat vor. Sie soll Texte von Autoren bringen, deren eigene Zeitungen keinen Platz mehr für ausführliche analytische Reportagen haben. Als Chefredakteur ist Patrick de Saint-Exupéry vorgesehen, der sich dafür vom *Figaro* beurlauben lässt.

Diese Zeitschriften werden auf dieselben Finanzierungs- und Vertriebsprobleme stoßen wie die kleinen Buchverlage. Der große Vorteil kleinerer Unternehmen besteht jedoch darin, dass sie nicht kapitalintensiv sein müssen. Große Medienkonzerne mögen über Millionen oder gar Milliarden Euro verfügen, aber ein gutes Buchprogramm kann man auch mit ein paar tausend Euro machen – nicht zuletzt weil fast alle alternativen Verlage ihre zumeist hoch motivierten Mitarbeiter ausgesprochen schlecht bezahlen. Und bei einer kleinen Auflage reichen 2 000 Euro, die man mit etwas Glück auch ziemlich schnell wieder einnehmen kann. Warum soll das nicht auch für Zeitungen gelten? Oslo ist stolz auf seine vierzehn Zeitungen, wobei es neben den größeren auch von verschiedenen politischen Gruppen herausgebrachte Kleinstzeitungen gibt. Die meisten New Yorker Zeitungen sind kleine Blätter für asiatische Einwanderergruppen.

In der Verlagsbranche wurden schon die verschiedensten Modelle ausprobiert. Das berühmteste ist die Buchreihe *Raisons d'Agir*. Pierre Bourdieu hat sie begründet, nachdem er herausgefunden hatte, dass die großen Verlage eine restriktive Politik in Bezug auf die politischen und intellektuellen Inhalte ihrer Publikationen betreiben. Bourdieu gründete seine Firma in seinem Büro am Collège de France – zunächst als Zweimannbetrieb mit ihm selbst und seinem Assistenten. Viele der von ihm verlegten Bücher verkauften sich hervorragend, einige erzielten sogar Auflagen von mehreren hunderttausend Exemplaren. Mit diesem Unternehmen hat Bourdieu seine Universitätsräume (und sein Professorengehalt) überaus erfolgreich zweckentfremdet.

In den USA ist eines der wichtigsten Verlagshäuser für europäische Literatur das Dalkey Archive an der State University of Illinois, die für die Publikationsarbeit eine Teilzeitprofessur bewilligt hat. Und als wir in New York die Zeitschrift *The New Press* herauszubringen begannen, stellte man uns kostenlose Büroräume in einem baufälligen Gebäude der City University zur

Verfügung, wodurch wir Mietkosten in Höhe von mehreren hunderttausend Dollar einsparen. Vielleicht könnten ja auch andere Universitäten ihre Räume mit jemandem teilen.

An ein interessantes Modell hat sich der Ordfront Verlag in Stockholm gewagt: eine Leserkooperative mit etwa 30 000 Mitgliedern, die für bescheidene 20 Euro pro Jahr eine der besten Zeitschriften Schwedens abonnieren und damit die Publikation einer begrenzten Zahl von Büchern finanzieren. Wobei die Kosten der Buchauflage gedeckt sind, wenn nur jedes zehnte Mitglied ein Buch erwirbt. Dieses Experiment war weitaus erfolgreicher als entsprechende Versuche einer Autorenkooperative in Schweden und in Deutschland, die aufgrund von Rivalitäten und Eifersüchteleien gescheitert sind.

In den USA und in Großbritannien gibt es etliche Universitätsverlage (in den USA sind es mehr als hundert, auf die allerdings nur ein Prozent des Buchhandelsumsatzes entfällt). Theoretisch könnten sie eine lebendige Alternative zu den kommerziellen Verlagen darstellen, aber allzu oft sie nur ein Abbild der konservativen Fakultäten, die als Herausgeber fungieren. Seit immer mehr Universitäten nach kapitalistischen Maßstäben arbeiten, sind auch sie unter dem Druck, Gewinne machen zu müssen. So war es auch beim New Yorker Verlag Pantheon Books, den ich dreißig Jahre lang geleitet habe. Als uns 1992 ein neuer Besitzer unter Profitdruck setzte, wurde mir klar, dass auf die Dauer nur ein nicht auf Gewinne fixierter Verlag eine Buchreihe von unbestechlicher intellektueller Qualität würde gewährleisten können. Deshalb gründeten wir New Press: einen Universitätsverlag ohne Universität, der auch ein nichtakademisches Publikum erreichen sollte.

New Press feiert dieses Jahr seinen fünfzehnten Geburtstag und bringt jedes Jahr achtzig Bücher heraus, obwohl ihm viele ein Scheitern vorausgesagt hatten. Doch wir konnten uns in all den Jahren auf die Unterstützung vieler Autoren verlassen. Erhebliche Hilfe bekamen wir auch von progressiveren US-Stiftungen, die schon längst begriffen hatten, dass kulturelle Aktivitäten wie Musik, Tanz, Theater und selbst intelligente Fernsehsendungen in einer rein kapitalistischen Umgebung nicht überlebensfähig sind. Deshalb waren sie bereit, ihre Förderpolitik auch auf den Publikationsbereich auszudehnen.

Auch in Europa hat sich das Stiftungsmodell bei vielen angesehenen Zeitungen bewährt. In Großbritannien gehört die Tageszeitung *The Guardian* und die dazugehörige Sonntagszeitung *The Observer* zum Scott Trust, einer nicht profitorientierten Stiftung. Auch die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ist als Stiftung konstruiert, desgleichen die meisten dänischen Zeitungen.

Zeitungs- und Buchverleger, die zu unabhängigen Stiftungen oder Genossenschaften gehören, dürften gute Chancen haben, sich ihre politische und kulturelle Autonomie zu bewahren. Solche Modelle hätten den Verkauf von Traditionsverlagen wie Le Seuil (Paris) und Einaudi (Mailand) an profitorientierte Medienkonzerne womöglich verhindern können. Die Renditeerwartungen in der Verlagsbranche lagen über Jahrhunderte bei 3 bis 4 Prozent; heute fordern die Konzerne mindestens 10, wenn nicht gar 15 Prozent. Das hat natürlich Einfluss auf die Inhalte, die publiziert werden können.

Kürzlich hat Jürgen Habermas dafür plädiert, weitere Zeitungen in nicht profitorientierte Unternehmen zu überführen.² Angesichts der Möglichkeit, dass mit der *Süddeutschen Zeitung* die wichtigste linksliberale Zeitung Deutschlands demnächst an irgendwelche Investoren verkauft wird, sprach er

sich dafür aus, dass eine staatlich geförderte Stiftung das Blatt übernehmen solle. Das fand in Deutschland, wo man schlechte Erinnerungen an staatlich kontrollierte Medien hat, wenig Zustimmung. Aber es gibt auch erfolgreiche Beispiele einer staatlichen Medienförderung wie den Radiosender France Culture und den deutsch–französischen Fernsehsender Arte. In Frankreich bezogen die Filmindustrie und viele Kinos lange Zeit großzügige Subventionen, ohne dass das zu Zensur geführt hätte (jedenfalls so weit sich das erkennen lässt).

In allen westlichen Ländern hatte man Rundfunk und Fernsehen in der Anfangszeit eine intellektuelle und kulturelle Funktion zugeschrieben. In den USA beschloss der konservative Präsident Herbert Hoover (1929–1933) sogar, alle Rundfunksender auf Universitätsgeländen zu stationieren, um sie jeglicher kommerziellen Kontrolle zu entziehen. Und die britische BBC finanziert sich über eine jährliche Lizenzgebühr, die direkt und an der Staatskasse vorbei an den Sender abgeführt wird. Diese BBC–Gebühr liegt derzeit bei jährlich 135,50 Pfund (knapp 200 Euro) für jeden Haushalt. Auf dieselbe Weise könnte man auch unabhängige Zeitungen und Buchverlage unterstützen. Eine Steuer auf Werbeeinnahmen oder eine andere Quellensteuer könnte für die ökonomische Stabilität werbefreier Medien sorgen.

Die lebendige demokratische Diskussion ist, wie Habermas überzeugend ausführt, darauf angewiesen, dass der Staat der Öffentlichkeit eine Meinungsvielfalt garantiert. In den USA hat sich gezeigt, dass man mit solchen Themen viele Menschen mobilisieren kann: Auf Initiative von linken und rechten NGOs protestierten drei Millionen Menschen mit Briefen an den Kongress gegen die Pläne der Bush–Regierung, eine noch stärkere Medienkonzentration zuzulassen und damit die Macht der großen Konzerne weiter zu festigen.

Viele kleine Verlage und Zeitschriften kämpfen tapfer gegen ihre ökonomische Probleme an – und werden am Ende vielleicht doch verlieren. Aber es gibt keinen Grund, warum der Gesetzgeber sie in ihrem Kampf nicht unterstützen sollte. Der französische Staat hilft jungen Unternehmen, indem er Anschubkredite bis zur Hälfte subventioniert, aber diese Unterstützung gilt nicht für Genossenschaften und Stiftungen. Die meisten Verleger könnten mit einer solchen gemeinnützigen Eigentumsform gut leben. Und auch im Hinblick auf Entscheidungen, wie sie von den Le–Seuil–Eigentümern getroffen wurden oder von den Anteilseignern der *Süddeutschen Zeitung* vielleicht noch in diesem Jahr getroffen werden, könnte man über Alternativen nachdenken.

¹ Noam Chomsky, "Power and Terror: Post 9/11–Talks and Interviews", New York (Seven Stories Press) 2003.

² *Süddeutsche Zeitung*, 16. Mai 2007.

Published 2007–11–07

Original in English

Translation by Niels Kadritzke

Contribution by Le Monde diplomatique (Berlin)

First published in Le monde diplomatique (Berlin) 11/07

© André Schiffrin/Le Monde diplomatique (Berlin)

© Eurozine