

Die gewandelte Rolle des Journalismus im Web 2.0

von

Markus Müller



AVINUS Magazin

Sonderedition

Nr. 2/2008

Müller, Markus: „Die gewandelte Rolle des Journalismus im Web
2.0“,

AVINUS Magazin, Sonderedition Nr. 2/2008

© AVINUS Verlag, Berlin 2008
Gustav-Adolf-Str. 9
13086 Berlin

Alle Rechte vorbehalten

www.magazin.avinus.de
kontakt@avinus.de

ISSN 1866-5985
ISBN 978-3-930064-98-4

1. Einleitung

Wie selten ein anderes Medium zuvor haben der Computer und insbesondere das Internet in nur wenigen Jahren das Leben der Menschen auf diesem Planeten erheblich verändert. So erheblich, dass Karikaturisten bereits erste Spottbilder einer Evolution entworfen haben, bei welcher der Mensch aus seinem aufrechten Gang in den gebeugten Sitz vorm flimmernden Bildschirm übergeht.¹ Vilém Flusser geht in seiner Zukunftsutopie *Ins Universum der technischen Bilder* sogar einen Schritt weiter. Bei ihm besteht der Homo Informaticus sogar nur noch aus Gehirn und Fingerspitzen. Der Rest ist Maschine, sind Kabel, sind Informationen, ist Strom oder nicht Strom.² So sehr Science Fiction in solcherlei Visionen auch im Spiel sein mag, allein ihre Denkbareit zeigt, wie rasch der heutige Medienumbruch vonstatten geht und geradezu jedes andere Medium in sich aufzusaugen scheint.

Einer der Teilbereiche, der unweigerlich in das neue virtuelle Medium immigriert, soll in dieser Arbeit besonders zu Wort kommen: der Journalismus. Die Fragestellung soll dabei konkret um eine These kreisen, welche der *Hotwired*-Journalist Joshua Quittner 1995 so platt in den Raum stellte. Nämlich jene, dass im Internetzeitalter ein völlig neuer Journalismus entstehen werde.³ Die Euphorie war zunächst sicherlich verfrüht, gewisse Wandlungen in Struktur und womöglich auch Rolle des Journalismus gibt es aber bereits. Diese sind dabei sogar grundlegender als jene beim Aufkommen von Radio und Fernsehen, als die geltenden Regeln des Informationsjournalismus kaum in Frage gestellt wurden. Allein wegen der Emulationskraft des Computers bildet er jede andere Maschine nach, kombiniert ihre Merkmale und sendet die Information multimedial aus.

1 <http://lifewithalacrity.blogs.com/photos/uncategorized/evolution.jpg>, Zugriff: 24. März 2008.

2 Vgl. Flusser, Vilém: *Ins Universum der technischen Bilder*, European Photography, Göttingen 2000, S. 175 ff.

3 Quittner, Joshua: Die Geburt eines völlig neuen Journalismus. In: Bollmann, Stefan/Heibach, Christiane (Hrsg.): *Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur*, Mannheim 1996, S. 433 – 436.

Hinzu kommt, dass wir beim Internet nicht mehr wie bei den früheren Trägern des Journalismus über reines Broadcasting sprechen können, sondern mit einer neuen Form partizipativer Kommunikation konfrontiert sind, welche den frühen Visionen Bertolt Brechts sehr nahekommt.⁴ Besonders die ersten (und mittlerweile teils sehr einflussreichen) Experimente, namens Weblog, Wikipedia und Slashdot zeigen deutlich, wie verändert das neue Medium operiert, wodurch die Frage nach den Überlebenschancen der klassischen Nachrichtenproduktion durchaus legitim wirkt.

Wird uns der Journalismus in seiner klassischen Form zukünftig überhaupt noch begegnen, oder werden sich seine Ziele bzw. Standards radikal verändern, und sich die Nachrichtenproduktion zu einem kollektiven Ereignis entwickeln? Zur Beantwortung dieser Frage soll zunächst überlegt werden, was die Rolle des klassischen Journalismus überhaupt ist, um sich darauf aufbauend seinem Onlineäquivalent zu widmen. Da sich seit dem Durchbruch des Web 2.0 neue und immer neuere Konzepte auf dem Markt behauptet haben, wird es unentbehrlich sein, aus der Vielzahl dieser Angebote herauszufiltern, was als Journalismus im heutigen Sinne gelten kann und was nicht. In einem weiteren Punkt soll dann auf die Auswirkung der Netzstruktur auf den Journalismus selber eingegangen werden, um eine Grundlage für die abschließende Diskussion über die künftige Rolle des Nachrichtenwesens zu erlangen. Hierin soll besonders betrachtet werden, worin die neuen Aufgaben und Arbeitsweisen der Onlineredakteure liegen, und wie ein möglicher Wertewandel eine ganz neue Art von Informationskultur heraufbeschwören könnte, welche vielleicht nicht mehr Journalismus genannt werden kann, ihn aber in seiner Funktion weitgehend ablöst.

4 Vgl. Wöhrle, Dieter: Bertolt Brechts medienästhetische Versuche, Prometh, Köln 1988, S. 45-60 und Brecht, Bertolt: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat, in: ders.: Gesammelte Schriften Bd. 18, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1967, S. 117-134.

2. Der klassische Journalismus

Gehen wir von der genuinen Definition des Journalismusbegriffes aus, so bedeutete er in seinen Anfängen nichts weiter, als eine Berichterstattung über tagtägliche Ereignisse⁵ durch einen unabhängigen Beobachter. Ohne Zweifel ist dieser Erklärungsansatz für die moderne Form des Journalismus ein Stückweit zu knapp, kommt aber dennoch gerade den neuen Konzepten rund um Weblogs und partizipative Medien erstaunlich nahe – ganz im Gegensatz zu den üblichen Zeitschriftenpublikationen, Radioprogrammen und TV-Sendungen, die unsere Gesellschaft produziert und in den Äther streut. Spätestens mit der zunehmenden Auflösung der sozialen Milieus zum Ausgang des 19. Jahrhundert aber etablierten sich informationsjournalistische Normen in der Nachrichtenproduktion, welche bis heute eine differenziertere Journalismusdefinition verlangen.

Aus der Notwendigkeit heraus, die breite Masse zu erreichen, war es nicht mehr ausreichend, als ideologisch befangener Beobachter, der seine eigene Weltanschauung in die Darstellung mit einfließen lässt, die Ereignisse wiederzugeben. Die Wahrung der Neutralität wurde hingegen unabdingbar: Information musste mit der allmählichen Aufbröckelung der sozialen Klassen plötzlich alle erreichen und nicht nur das sozialistische, liberale, katholische oder nationale Lager verfestigen. Auf diese Weise rückte der Journalismus in die soziale Rolle, die er im heutigen gesellschaftlichen System weitestgehend immer noch innehat: weg davon, Bindemittel einzelner Gruppierungen zu sein, hin zum Klebstoff der gesamten Gesellschaft.

Ebendiesen Prozess könnte man als Geburtsstunde des klassischen Informationsjournalismus bezeichnen, welcher besonders in seiner systemtheoretischen Funktion für das Ziel steht, *„Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren, die politische Tagesordnung zu beeinflussen, eigene Ansichten zu vertreten oder sich für die Benachteiligten in der*

5 Vgl. Bruns, Axel: Gatewatching – Collaborative Online News Production, Peter Lang, New York 2005, S. 214.

Bevölkerung einzusetzen.“⁶ Oberstes Credo über diesen Zielen stellen dabei stets sowohl Neutralität, als auch die Verwendung verifizierbarer Fakten dar.

Als soziales System ist der Journalismus somit eine Art Kontrollinstanz bzw. eine „professionelle Fremdbeobachtung der verschiedenen Gesellschaftsbereiche“, welche hierbei ebenso „Themen für die öffentliche Kommunikation zur Verfügung stellen [will], die neu und relevant sind und die auf Tatsachenerfahrungen beruhen.“⁷ Kurzum, was Journalismus möchte, was seine Aufgaben sind ist: (a) die Kontrolle und Beeinflussung von Politik und Gesellschaft im Sinne einer vierten Gewalt, und (b) die Konstitution von Realität und kollektiver Identität. Er bietet faktisch den Gesprächsstoff, der beispielsweise in Deutschland den Bauern aus Niederbayern mit dem Hafendarbeiter in Hamburg und den Berliner Studenten mit dem Kölner Businessman verbindet, wodurch er ein Netz an Themen strickt, durch welches sich gesellschaftliche Identität konstruiert. Somit ist Journalismus auch ein Hauptträger des vielzitierten „kollektiven Gedächtnisses“,⁸ welches den thematischen Rahmen setzt, in dem eine Gemeinschaft lebt und alt wird. Er wird damit zu einem Projektor, der enorme Wichtigkeit für Identität und Vorstellungswelten von Individuen und Kollektiven besitzt.⁹ Aktualität, Relevanz und Faktizität werden dabei zu Maßstab und Grundbedingung politisch-sozialer Diskussionspotenziale, obwohl zweifelsohne auch gezielte Propaganda gemeinschaftsbildend

6 Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten et al.: Onlinejournalisten in Deutschland, Media Perspektiven 10/2003, S.483, http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/10-2003_Loeffelholz.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

7 Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja et al.: Journalismus in Deutschland 2005, Media Perspektiven 7/2006, S. 346, in: <http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/07-2006Weischenberg.pdf>, Zugriff: 27. März 2008.

8 Vgl. Halbwachs, Maurice: Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen, Luchterhand, Berlin 1966.

9 Vgl. Quandt, Thorsten: Journalismuswandel: (R)evolution der Kommunikationsstrukturen, in: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2003, S. 267.

wirken und zur Lebenslüge ganzer Generationen avancieren kann. Dies könnte dann aber insofern nicht mehr Journalismus genannt werden, als es gänzlich des Kriteriums der Unabhängigkeit entbehren und die journalistische Seriosität vollkommen untergraben würde. Eine explizit kritische Betrachtung gesellschaftlicher Ereignisse durch einen Dritten anhand von verifizierbaren Fakten¹⁰ wäre damit nicht mehr möglich und würde die Gewährleistung der Pluralität akut gefährden.

Darüber hinaus erfüllt Journalismus noch eine weitere Aufgabe, welche wir hier (c) als das Gatekeeping benennen wollen. Diese Funktion ist besonders typisch für das prä-kybernetische Pressewesen, da diese Obliegenheit nur durch die Begrenztheit an Seitenzahlen, Frequenzen und Sendezeiten in der nicht-digitalen Medienlandschaft notwendig wird. Der Journalismus übernimmt hierbei die Rolle eines „*Rinnsals*“¹¹, welches Relevantes von Irrelevantem trennt und dabei nicht zuletzt finanzielle Vermarktungsaspekte in Betracht ziehen muss. Die Macht über Relevanz oder Nicht-Relevanz liegt dabei, entgegen der Cyberwelt, in der alleinigen Autorität der journalistischen Akteure bzw. der einzelnen Redaktionen: „*The controllers of these media, in other words, control the gates through which content is released to their audience.*“¹²

Die Turing-Galaxis¹³ führt besonders die Gatekeeper-Rolle des Journalismus geradezu *ad absurdum*, da im Gegensatz zu den Jahrhunderten, in denen das Buch das vorherrschende Medium war, sowohl Speicher- als auch Sendekapazitäten ins Unermessliche angewachsen sind. Einzig und

10 Vgl. Blood, Rebecca: Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media (Nieman Reports 2003), in: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblogsjournalism.html>, Zugriff: 26. Februar 2008.

11 Neuberger, Christoph: Das Ende des Gatekeeper-Zeitalters, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 205.

12 Bruns, Axel: Gatewatching – Collaborative Online News Production, Peter Lang, New York 2005, S. 11.

13 Vgl. Schietsche, Michael et al.: 10 Prinzipien der neuen Wissensordnung, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 29.

allein die Aufnahmefähigkeit des Publikums scheint allmählich an ihr natürliches Limit zu stoßen. Das unlängst knapp gewordene Gut der Aufmerksamkeit, scheint nunmehr zentraler Handelswert zu werden¹⁴ und stellt somit neue Herausforderungen an den Journalismus, welche dem Gatekeeping durchaus nahe kommen, jedoch eine deutlich veränderte Konnotation haben. Anstelle des Aussortierens wird das Hervorheben wichtiger denn je – und das stets im Anschluss an die Veröffentlichung, um dem von der Informationsflut paralysierten User die vielen prunkvollen Nadeln im Heuhaufen der Irrelevanz zu präsentieren.

3. Onlinejournalismus

3.1. Die digitale Netzstruktur - Der kleine Unterschied

Spätestens mit der Gründung von Spiegel Online als weltweit erstem Nachrichtenmagazin im Netz am 25. Oktober 1994 zog der Journalismus auch in das neue Medium Internet ein. Seitdem hat sich einiges verändert. Bot man damals nur *Shovelware* – also Übernahmen aus der Printausgabe – an, um PR für das Muttermedium zu betreiben, so entwickelte sich mit dem *New Economy*-Hype zunehmend eine eigene Schreibkultur.¹⁵ Mehr und mehr Journalisten und Verlage drängte es seitdem ins Netz, um mindestens Präsenz zu zeigen und ihre Figuren für die Einlösung der wundersamen Versprechen der Internet-Gurus in den 90ern in Stellung zu bringen. Die Blase platzte mit dem Zusammenbruch des Neuen Marktes: die journalistischen Onlineangebote – seitdem am Tropf der Muttermedien – florieren bezüglich der Nutzerzahlen jedoch immens. Einzig die Refinanzierung stellt das gigantische Problem des selbstredend sehr gefragten Nulltarifangebots dar – zumal nicht einmal die Online- der

14 Vgl. Franck, Georg: Aufmerksamkeit – die neue Währung, in: <http://www.heise.de/bin/tp/issue/r4/dlartikel2.cgi?artikelNr=2003&zeilenumbruch=on&zeilenlaenge=62&mode=html>, Zugriff: 24. März 2008.

15 Zur Geschichte von Spiegel Online Vgl. <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/B18DDD6F2CF8FE71C1256F5F00350BD0?OpenDocument>, Zugriff: 18. März 2008.

Offlinewerbung Paroli bieten kann: klassische Broadcastingmedien, wie das Radio, sind hierbei (noch) wesentlich effizienter.¹⁶

Dennoch hat sich das Angebot seit den ersten Gehversuchen von Spiegel Online vor mehr als zehn Jahren immens vermehrt. Vierzehn Jahre reichten aus, um geradezu eine eigene journalistische Kultur im Netz zu etablieren, welche sich in Stil und Nutzungsweise deutlich vom herkömmlichen Journalismus unterscheidet. Der Onlinejournalismus, grundsätzlich als der Teilbereich seines klassischen Pendant anzusehen, welcher sich im WWW abspielt,¹⁷ stellt sich dabei als vielgestaltiges Konstrukt dar, das wandelbarer kaum sein könnte. Er kommt alphabetisch daher, ist manchmal visuell, manchmal auditiv, kombiniert verschiedene Medien in sich oder bildet ein hypertextuelles Geflecht aus diversen Webseiten, Quellen, Kommentaren und Blogs. Generell aber kann man dieser neuen Form der Berichterstattung folgende Merkmale zuweisen: wie auch beim klassischen Journalismus handelt es sich um eine Veröffentlichung gesellschaftlich relevanter, non-fiktionaler Aussagen auf Basis aktueller Ereignisse durch einen unabhängigen Dritten.¹⁸ Soviel zu der übergeordneten Gemeinsamkeit. Schaut man genauer hin, so kann man in der Struktur des Internets einen Faktor erkennen, der die Methoden der Journalisten nachhaltig verändern wird: war *„die Gutenberg-Galaxis [...] durch Linearität, Textualität, individuelle Wissensproduktion und Autorenschaft, Eindeutigkeit und duale Realitätskonstruktion gekennzeichnet, [so dominiert] in der Turing-Galaxis hingegen [...] Diffusität, Intertextualität, dialogische und kollaborative Wissensproduktion, Mehrdeutigkeit und Hypertextualität.“*¹⁹

16 Vgl. Wild, Christoph: Wahrnehmungs- und Wirkungschancen von Radio- und Onlinewerbung, Media Perspektiven 11/2007, S. 552-559, in: http://www.mediaperspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2007_Wild.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

17 Vgl. hierzu: Weischenberg, Siegfried et al. (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien, VVK, Konstanz 2005, S. 337 „Online-Journalismus“.

18 Vgl. Ebd.

19 Schietsche, Michael et al.: 10 Prinzipien der neuen Wissensordnung, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 29.

Ein Unterschied liegt bereits in der Kombination von Print-, Audio- und Videoelementen, wobei der Text durch Eyetrackingversuche nachweisbar der beherrschende Teil im Auge des Betrachters ist – und das auch dann, wenn er auf dem Bildschirm deutlich anders gelesen wird als auf dem Papier.²⁰ Zudem werden die Textelemente durch Hyperlinks modularisiert, was eine ganz andere Lesekultur hervorruft: Das Publikum „scannt“ den Text nicht mehr Wort für Wort, sondern geht sprunghaft vor und „zappt“ zu anderen Seiten, sobald das Interesse im Laufe des Lesens auf ein anderes Stichwort fällt. In diesem Sinne wird die Nutzung des Internet-Journalismus geradezu nicht-linear und ungleichmäßig.

Gleichzeitigkeit entwickelt sich dabei zur allgegenwärtigen Eigenschaft, und in der Tat können Nutzer in ein und „derselben Nutzungssession E-Mails empfangen, selbst eine E-Mail schreiben, auf Informationssuche gehen oder ungezielt im Internet surfen [...], zwischendurch chatten, um anschließend Daten von FTP-Servern herunterzuladen.“²¹ Um den journalistischen Aspekt hervorzuheben: ein und dasselbe Gerät ermöglicht dem Nutzer die Gleichzeitigkeit von Radio, Video und Text – und diese Möglichkeit des Multitaskings wird dabei nicht gerade selten genutzt. Onlinejournalismus ist, kurz gesagt, multimedial, somit ein Novum in der Nachrichtenproduktion und generiert im Kopf der Verleger das Wunschenken vom modernen Allround-Redakteur als „*eierlegende Wollmilchsau*.“²²

Darüber hinaus gibt das Internet ein weiteres technisches Potenzial vor, welches dem Journalismus gewisse Möglichkeiten aber auch Zwänge, diese Möglichkeiten zu nutzen, auferlegt. So führt die enorm gestiegene Speicherkapazität zur ständigen Anwesenheit von Information – und zwar mehrheitlich zum Nulltarif. Hierdurch wandelt sich die Ökonomie des

20 Vgl. Meier, Klaus (Hg.): Internet-Journalismus, UVK, Konstanz 2002, S. 60.

21 Quandt, Thorsten: Das Ende des Journalismus?, in: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 488.

22 Quandt, Thorsten: Vom Redakteur zum Content-Manager? Wandel des Journalismus im Zeichen des Netzes, in: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2003, S. 260.

Nachrichtengeschäfts radikal. Das Gut Wissen ist inzwischen nicht mehr knapp und hat seine Exklusivität gänzlich verloren.²³ Selbst wenn Spiegel Online und andere Seiten auf bestimmte Artikel Gebühren erheben, findet man bereits Stunden später eine PDF-Kopie irgendwo im Netz – es kommt lediglich darauf an, sie gekonnt zu googlen. Als Folge muss der Journalismus neue Wege finden, sich zu finanzieren. Professionalität verlangt schließlich Zeit und Geld: zwei Aspekte, welche unkonventionelle Experimente partizipativer Berichterstattung – z. B. Wikinews oder Slashdot – kaum aufbieten können. Auch das Kapital von in diesem Sinne klassischen Newsseiten ist allerdings nicht unbegrenzt. Zusammen mit dem Diktum der permanenten Aktualisierbarkeit führt dies zu einer, sagen wir, mindestens flüchtigeren Arbeitsweise als in den Zeitungsredaktionen, die nur einmal täglich publizieren oder in Radio und Fernsehen, wo Nachrichten gerade einmal stündlich auf Sendung gehen. Die Onlineartikel sind dagegen nie wirklich fix. Sie sind flexibel und reagieren auf jede Veränderung. Sie scheinen sich regelrecht an den omnipräsenten Newstickern zu orientieren und machen Geschehnisse für den User mitverfolgbar. „Die Zeiten sind vorbei, in denen eine Geschichte einmal aufgeschrieben wird und damit abgeschlossen ist“, urteilt der amerikanische Journalist und Blogger Jeff Jarvis zielsicher: „Geschichten sind Prozesse, an denen sich die Leser in Zukunft beteiligen werden.“²⁴ Eine Eigenschaft, welche den Nutzer geradezu live ins Bild setzt: er soll mittendrin, statt nur dabei sein. Hierdurch entwickelt sich aber auch eine radikale Stiländerung. Recherche findet überwiegend nur noch im Netz statt.²⁵ Kleinere Nachrichtenmagazine gehen regelrecht großflächig zu einem reinen „Copy-Paste“-Journa-

23 Vgl. Schietsche, Michael et al.: 10 Prinzipien der neuen Wissensordnung, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 28.

24 Interview mit Jeff Jarvis in: Die Zeit, 01.05.2008, Nr. 19, <http://www.zeit.de/2008/19/I-Informieren-Interview-Jarvis?page=all>, Zugriff: 04. August 2008.

25 Vgl. Bönisch, Julia: Meinungsführer oder Populärmedium? Das journalistische Profil von Spiegel Online, in: netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation, S. 51, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr-OnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.

lismus über, was heißen soll, dass Fakten von allgemein zugänglichen Agenturseiten und Leitmedien im Netz kopiert, in eine sprachlich individuelle Hülle gesetzt und zu einem neuen, eigenen Artikel kombiniert werden. Dies kann dabei jeder tun, der Lust und Webspaces hat. Da die Zugangsbarrieren gefallen sind, „*is everyone a publisher.*“²⁶ Und vielleicht noch bedeutender an der neuen technischen Struktur ist die Tatsache, dass „*jeder mit Zugang zum Netz ein Editor, ein Mitwirkender, ein Kollaborateur und Partizipierender in der Onlinenewsproduktion sein kann.*“²⁷ Dadurch verliert der institutionell organisierte Journalismus seine Monopolstellung als Gatekeeper. Schreiben, Edieren, Veröffentlichen und Kontrollieren kann mittlerweile ein jeder: Quellen und Agenturseiten sind öffentlich ständig verfügbar, Wissen ist jederzeit abrufbar. Webspaces zum *private publishing* steht zu Genüge zur Verfügung, was zu verschiedensten Experimenten partizipativer Nachrichtenforen führte, an denen sich die Nutzer freiwillig beteiligen und sich so zu „*Producers*“²⁸ – ein anglistischer Neologismus, der die Worte Produzent und Nutzer in einen Begriff vereinigt – mausern.

Abgesehen aber von solch (noch) marginalen Phänomenen, führt die ständige Anwesenheit von Information zu einer regelrechten Datenflut, welcher die Aufnahmefähigkeit des Nutzers kaum gewachsen ist. Entgegen des klassischen Rundfunks, sind „*Online-Medien [...] in erster Linie keine Lesemedien, sondern Selektionsmedien.*“²⁹ Der Nutzer sieht sich zur ständigen Auswahl gezwungen – ob er will oder nicht. Dass diese Möglichkeit auch Last sein kann ist gewiss. Denn wer die Wahl hat, hat bekanntlich auch die Qual. Zur Verbegrifflichung dieses Phänomens soll hierbei ein Terminus entliehen werden, den Douglas Coupland Anfang der Neunziger auf das Nicht-Entscheiden/Nicht-Auswählen-Können der so

26 Vgl. McLuhan, Marshall: Address at Vision 65, in: McLuhan, Eric et al.: Essential McLuhan, Routledge, London 1997, S. 227.

27 Levinson, Paul: Digital McLuhan. A Guide to the Information Millenium, Routledge, London 1999, S. 130.

28 Bruns, Axel: Gatewatching – Collaborative Online News Production, Peter Lang, New York 2005, S. 23.

29 Meier, Klaus (Hg.): Internet-Journalismus, UVK, Konstanz 2002, S. 27.

genannten Generation X anwandte. Der damals popkultugesättigten Gesellschaft bescheinigte er die „*option paralysis*“ – die Neigung, sich bei unbegrenzter Auswahl für nichts entscheiden zu können.³⁰ Unter dem Eindruck der digitalen Speicherkapazität des dezentralen Internets erhält diese Tendenz noch mehr Brisanz. Kultur ist in der Tat schneller und überflutender denn je, was die professionellen Journalisten und, wie Dan Gillmor meint, allen voran „*the Big Media*“³¹ ironischerweise in eine neue Rolle versetzt – nämlich in die der (Nach)-Selektion und Aggregation des bereits Veröffentlichten, um für den „*Producer*“ das Gold aus dem schlammigen Informationsstrom des WWW zu schürfen. „*Genau an dieser Stelle setzt ja auch Journalismus an: Er übernimmt einen Teil der Selektionsaufgaben, die der Einzelne in einer hochkomplexen Gesellschaft nicht mehr erfolgreich bewältigen kann.*“³²

Eine dritte für den Journalismus sehr bedeutsame Eigenschaft des Internets ist die Interaktivität. Barrieren zwischen Autor und Leser sind gefallen – was jedoch nicht bedeuten soll, dass sich das Verhältnis der beiden Seiten wieder entanonymisiert hat. Gleichwohl ist die Möglichkeit zu regerem Kontakt zwischen Sender und Empfänger wesentlich stärker gegeben – wohlgermerkt weitgehend zensurfrei. Dauerte die Einsendung eines Leserbriefes an die Zeitung noch mindestens eine Woche und war selbst dann eine Veröffentlichung ungewiss, so ist die Reaktion des Nutzers in Form von Kommentaren oder E-Mails unmittelbar und direkt, was für den Autor sowohl Bereicherung als auch Kränkung sein kann, da zum einen die Kritiker nunmehr andere sind bzw. im Prinzip jeder ein solcher ist, und zum anderen Kritik unmittelbar, anonym und dadurch deutlich ist.³³

30 Vgl. Coupland, Douglas: *Generation X. Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur*, Goldmann, München 1995, S. 197.

31 Gillmor, Dan: *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly 2006, als Onlineversion in: <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>, Zugriff: 04. August 2008, S. 188.

32 Quandt, Thorsten: *Das Ende des Journalismus?*, in: Löffelholz, Martin: *Theorien des Journalismus*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 500.

33 Vgl. Lorenz-Meyer, Lorenz: *Trendanalyse: Wie werden sich die digitale Medienszene und der klassische Journalismus entwickeln?*, in: *netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der*

Da man nämlich nicht mehr mit dem eigenen Namen für seinen Kommentar einsteht, kann jeder den Schreiber nach Belieben beschimpfen, ohne mit Konsequenzen für seine Reputation rechnen zu müssen. Noch wird diese Funktion jedoch kaum genutzt,³⁴ besitzt aber durchaus Perspektive hin zu einer umfangreichen Diskussionskultur im Netz, wie sie in diversen Foren bereits Gang und Gäbe ist. Jeff Jarvis nutzt so die Kommentarfunktion seines Blogs BuzzMachine schon heute, um aus dem virtuellen Ideenpool neue Einfälle für seine Bücher zu schöpfen.³⁵ Journalismus könnte mittels desselben Prinzips nicht mehr nur Meinungsgeber, sondern ein institutionalisierter Denkanstoß sein. Artikel wollen schon jetzt Diskussionen auslösen, welche beispielsweise über Kommentare oder in Foren geführt werden können. Wird der Journalist dadurch zum Moderator seiner eigens ausgelösten Debatte? Die dialogische Struktur des Internets würde dies befürworten: Journalismus geht damit im Onlinezeitalter weg vom konventionellen Diskurs – nach Flusser eine Methode, Information, entgegen der entropischen Wirkung der Natur, zu erhalten – hin zum fortschrittsträchtigen Dialog – also einer Methode, verschiedene vorhandene Informationen neu zu synthetisieren.³⁶

Die drei wesentlichen Dimensionen *Individualität*, *Interaktivität* und *Multimedialität*, welche das Internet eröffnet, führen zu einem deutlichen Mehrwert der webbasierten Nachrichtenproduktion gegenüber ihrer klassischen Ausprägung. Einziger Nachteil schien bisher ein gewisser Fluxus der Webseiten zu sein, welche im Jahr 2004 durchschnittlich nur 44 Tage alt wurden.³⁷ Davon abgesehen ist das, was von Google & Co. nicht

Internet-Kommunikation, S. 43-49, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr-OnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.

34 Vgl. Meier, Klaus (Hg.): Internet-Journalismus, UVK, Konstanz 2002, S. 152 ff.

35 Vgl. <http://www.buzzmachine.com>, insbesondere seinen Eintrag vom 03. August 2008 einschließlich der dazugehörigen Kommentare, Zugriff: 04. August 2008.

36 Vgl. Flusser, Vilém: Umbruch der menschlichen Beziehungen?, in: ders.: Kommunikologie, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main 2000, S. 16.

37 Vgl. Plass, Christine: Das große Vergessen. Datenschwund im digitalen Zeitalter, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 43.

gefunden wird, wissenspraktisch nicht existent.³⁸ Dennoch geht Archivierung mittlerweile sehr routiniert vonstatten, was mit etwas Geschick im Suchen und Finden – der neuen Kulturtechnik in der Turing-Galaxis³⁹ – alles jederzeit präsent macht.

Abgesehen davon bringt das Internet eine Vielzahl von Vorteilen mit sich, wie man an der obigen Strukturbesprechung gut erkennen kann. Onlinejournalismus ist schnell, kostenlos, beiderseitig einfach zugänglich, permanent aktualisierbar, multimedial und bietet die Möglichkeit zur Anschlussdiskussion in Comments, Blogs und Foren. Kein Wunder also, dass Forscher sich immer wieder fragen, wie lange sich der konventionelle Journalismus gegenüber diesem übermächtigen Mehrwert noch behaupten kann. Um eine Teilantwort vorwegzunehmen: soweit sich keine realisierbaren Refinanzierungskonzepte für das Onlinemedium ergeben ausgesprochen lange. Trotzdem kann man eine Selbstkannibalisierung kaum mehr gänzlich ausschließen. Sicher: Medienumbruchstheorien, wie die von Martin Löffelholz, weisen permanent darauf hin, dass nie ein Medium ganz in einem anderen aufgeht. In Wahrheit würde das Alte ins Neue und das Neue ins Alte integriert werden, während synchron dazu Teilsubstitutionen sowie komplementäre Relationen entstehen.⁴⁰ Auf was dieses Modell jedoch in Wirklichkeit eingeht, sind Medienumbrüche klassischer Art, bei denen das eine strukturell kaum das andere ersetzen kann. Fernsehen ist offensichtlich anders als Radio – beides hat seinen eigenen Reiz und löst sich bei Entstehung einer Konkurrenz nicht in Luft auf. Der Computer aber ist in der Lage, all diese Medien zu imitieren. In dem Moment, in dem er Videoclips aussendet, ist er zwar nicht das Fernsehen – prinzipiell aber auf Augenhöhe und durch das Mehr an Auswahl sogar

38 Vgl. Schietsche, Michael et al.: 10 Prinzipien der neuen Wissensordnung, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 21.

39 Vgl. Ebd., S. 29.

40 Vgl. Löffelholz, Martin: Perspektiven politischer Öffentlichkeiten. Zur Modellierung einer system- und evolutionstheoretischen Analyse, in: Kamps, Klaus (Hg.): Elektronische Demokratie. Perspektiven politischer Partizipation, Westdeutscher Verlag, Opladen/Wiesbaden 1999, S. 272.

höherwertig. Gleiches gilt fürs Radio und besonders für die Zeitung. Kein anderes Medium wird durch das Internet mehr infragegestellt als das gedruckte Wort. Kauft man eine Zeitung, hat man die Nachrichten des Vortags auf dem Tisch und darüber hinaus *eine* Meinung. Im Internet dagegen verfolgt man die Geschehnisse brandaktuell und kann sich ein multiperspektivisches Bild der Ereignisse machen. Aus konservativen, liberalen, kommunistischen, globalisierungskritischen oder Artikeln welcher Couleur auch immer kann der Leser sich eine Fassung zurechtbasteln, welche der Wahrheit näher kommt als die einseitige Meinung von Bild, Welt, Spiegel und Co. Kurzum: die Meinungsbildung liegt nunmehr in erhöhtem Maße beim Nutzer.

Aus dieser Überlegung heraus ergibt sich mindestens die Konsequenz, dass die klassische Tageszeitung auf lange Sicht gesehen vom Markt verschwinden wird und höchstens der printbasierte, hintergründige Reportagejournalismus mit maximal wöchentlicher Publikation eine realistische Überlebenschance hat. Derzeit noch als festigende Einnahmequelle dringend benötigt, dürfte die Tageszeitung, sobald sich ein anwendbares Refinanzierungsmodell für den Onlinejournalismus gefunden hat von den Verlagen fallen gelassen werden. Zu gering dürften die Gewinne gegenüber den Internetausgaben sein. Wahrlich kann man an vielen Beispielen bereits mindestens eine Verselbstständigung als möglichen ersten Schritt zur Selbstkannibalisierung entdecken. So dürfte sich Spiegel Online sehr deutlich von der PR-Marke zur eigenständigen Plattform gemausert haben: *„Die Redaktion [greift] nicht nur den Stil und die Haltung des gedruckten Spiegel auf, sie entwickelt ihn weiter zum eigenen Spiegel Online-Tonfall: ein bisschen flapsig, meinungsstark, manchmal bissig und oft boulevardesk.“*⁴¹ Des Weiteren ist die Onlineversion des Spiegel nahezu vollkommen von der Zweitnutzung der Mutterartikel abgekommen. *„Ab der zweiten Version lässt sich eine inhaltliche und optische Loslösung re-*

41 Bönisch, Julia: Meinungsführer oder Populärmedium? Das journalistische Profil von Spiegel Online, in: netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation, S. 54, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr-OnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.

*gistrieren. Der Anteil an Exklusivbeiträgen wuchs in den weiteren Relaunches, ebenso wie die Palette der Zusatzangebote.*⁴² Und obendrein: Spiegel Online hat mittlerweile sogar mehr Leser als das wöchentlich erscheinende Magazin.⁴³

3.2. Was ist Netzjournalismus – und was nicht?

Die große Bandbreite an publizistischen Auswüchsen im Internet verlangt unweigerlich eine genauere Bestimmung dessen, was als Journalismus gelten kann – und was nicht. Grundsätzlich lassen sich drei Arten journalistischer Tätigkeit benennen, welche die Forschung ob ihrer Fähigkeiten immer wieder beschäftigen. Zum einen sind dies (a) die klassischen Ableger etablierter Offlinemedien im Internet – namentlich Spiegel Online und Co. Zum anderen (b) die Versuche, Journalismus algorithmisch zu programmieren, also einen Robo-Journalisten aus der Taufe zu heben. Und zum dritten (c) werden als zukunftssträchtige Alternative zur herkömmlichen Presse die partizipativen, nicht-professionellen Versuche der Nachrichtenproduktion, allen voran kollaborative Newspages wie Wikinews oder Slashdot, aber auch private Weblogs abgehandelt.

a) Onlineableger etablierter Medien

Als außer Frage stehend können wir zunächst die professionellen Onlineableger journalistischer Offlinemedien in die Kategorie Onlinejournalismus einordnen. Obwohl heutige Multimediaredakteure sicherlich bereits neue Arbeitsweisen ausgeprägt haben, funktionieren ihre Redaktionen im Großen ähnlich wie die ihrer nichtdigitalen Brüder und Schwestern. Mitunter passen sich diese sogar den Internetarbeitsweisen an, indem sie mehr und

42 Neuberger, Christoph: Renaissance oder Niedergang des Journalismus, in: Altmeyden, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): Onlinejournalismus, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 33.

43 Lehmann, Kai: 10 Jahre Online-Journalismus – Interview mit Markus Deggerich, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 229.

mehr auf elektronische Recherche setzen.⁴⁴ Abgesehen davon funktionieren die meisten Onlineredaktionen mittlerweile unabhängig von ihren Muttermedien, wie das Beispiel Spiegel Online sehr gut verdeutlicht.⁴⁵ Die Art der Betätigung dieser Redaktionen ist dabei durchaus verschieden von den herkömmlichen Arbeitsweisen. So gaben 2003 96,6% der Onlinejournalisten an, Internetrecherche zu betreiben. Das Verfassen eigener Texte stand mit 91,2% an zweiter Stelle. Es schloss sich mit 84,7% die reine Textauswahl an gefolgt vom Redigieren eingehender Agenturmeldungen und Fremdtex te mit 81,4% bzw. 80,5%.⁴⁶ Rein technisch gesehen lag einzig das Kopieren und Einfügen in Webseiten in der oberen Hälfte. Programmierung – oft als eine Grundqualifikation der neuen Medien angedacht – war abgeschlagen auf dem letzten Platz und ist durch diverse Hilfsprogramme und Editoren für den Onlinejournalisten kaum relevant.

Unterm Strich also tendiert die gewandelte Arbeitsweise durchaus mehr zu einem „Copy-Paste“-Modell, unterscheidet sich aber, gerade was technische Qualifikationen angeht, kaum von klassischer Nachrichtenproduktion. Auch in Printredaktionen, bei Radio und TV wird schließlich inzwischen mit PC und Internet gearbeitet. Onlinerecherche ist auch hier unabdingbar. Bleibt die Kritik, dass professioneller Onlinejournalismus

44 Vergleichsstudien über den Einfluss von Onlinemedien auf die Veränderung des Journalismus in Deutschland aus den Jahren 2000 und 2002 (news aktuell, forsa und depm-team) zeigen einen deutlichen Relevanzanstieg (a) der Technisierung der journalistischen Tätigkeit, (b) der allgemeinen Ausweitung des journalistischen Berufsfeldes und (c) der Schnellebigkeit der Informationen. Vgl. Neuberger, Christoph: Onlinejournalismus: Veränderungen – Glaubwürdigkeit – Technisierung, Media Perspektiven 3/2003, S. 136, in: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2003_Neuberger.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

45 Neuberger, Christoph: Renaissance oder Niedergang des Journalismus, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): Onlinejournalismus, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 35.

46 Vgl. Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten et al.: Onlinejournalisten in Deutschland, Media Perspektiven 10/2003, S. 482, http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/10-2003_Loeffelholz.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

lediglich PR für die Printmutter sei. Zunächst könnte bereits der Wegfall des Überhangs an *Shovelware* diesen Vorwurf entkräften. Spiegel Online und Co. bestehen tatsächlich nur noch geringfügig aus *Teasern*, sind aber zweifelsohne auch als Werbeplattform für das gedruckte Heft zu interpretieren. Nichtsdestoweniger kann man eine schrittweise Autonomisierung der Tochterangebote erkennen, je mehr sich nämlich Handlungs-routinen entwickeln, zu Regeln gerinnen und auf das Handeln in den Mutterredaktionen zurückwirken.⁴⁷ Mit jedem weiteren Schritt in die Un-abhängigkeit dürfte es dabei zu einer zunehmenden Ausdifferenzierung des journalistischen Profils kommen. Agentur- und Recherchebereich werden eine stärkere Konturierung gewinnen, von denen sich gleichzeitig eine Zunft reiner Content-Konstrukteure abspalten wird, welche aus bestehendem Material ein (Netz)-journalistisches Angebot strickt.⁴⁸

Diese neue Digitale Bohème ist dabei keineswegs rein PR-orientiert. Ohne Frage hängt der Onlinejournalismus immer noch am Tropf der Verlage, Sender und Zeitschriften. Schaut man sich aber das Rollenselbstver-ständnis des onlinejournalistischen Kernbereichs an, so fällt deutlich ins Auge, dass die Zielsetzung des Schreibens weniger Werbung als schnelle, neutrale und präzise Information ist. Ein Selbstverständnis, das sich geradezu mit demjenigen tradierter Journalisten überlappt.⁴⁹ Folglich kann man nicht nur von einer gewissen Etablierung des onlinejournalistischen Angebots sprechen, sondern eben auch von einer Etablierung nach jour-nalistischen und keineswegs bloß werberelevanten Gesichtspunkten. Der Erfolg der Onlineableger gegenüber ihren Müttern spricht hierfür eben-falls Bände, wobei neben der scheinbaren Glaubwürdigkeit in Abhän-gigkeit von der Reputation der Offlineversion auch gerade die Formen-

47 Vgl. Quandt, Thorsten: Das Ende des Journalismus?, in: Löffelholz, Martin: Theorien des Journalismus, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 507.

48 Vgl. Ebd., S. 509.

49 Vgl. Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten et al.: Onlinejournalisten in Deutschland, Media Perspektiven 10/2003, S. 484, http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/10-2003_Loeffelholz.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

vielfalt, Interaktivität und Reaktionsgeschwindigkeit eine maßgebliche Rolle für den Leserzuwachs spielen.⁵⁰

b) Algorithmische Journalisten

Da die Zeit und Aufmerksamkeit der Internetnutzer limitiert ist, bedarf es mehr denn je einer notwendigen Selektionsarbeit, um Wichtiges von Unwichtigem zu scheiden, was durch einen professionellen journalistischen Gatekeeper erfolgen kann⁵¹ oder eben durch logorhythmische Suchmaschinen, welche automatisiert relevante Seiten für den Leser auswählen. Dabei hat sich mittlerweile das von Google entwickelte PageRank-Prinzip, welches *„die weitverzweigte Link-Struktur als einen Indikator für die individuelle Einschätzung der Qualität einer Seite nimmt“* nicht nur bewährt, sondern ist zur Autorität im Netz geworden. *„Der Kern ist dabei, dass Google einen Link von Seite A zu Seite B als ein ‚Votum‘ von Seite A für Seite B interpretiert. Aber Google sieht sich mehr als nur das Ausmaß der Zustimmung oder der Links auf einer Seite an; Google analysiert ebenfalls die Seite, die das Votum abgegeben hat. Das Votum von einer Seite, die selber ‚wichtig‘ ist, zählt mehr und hilft, andere Seiten ‚wichtig‘ zu machen.“*⁵²

In journalistischer Hinsicht hat auch Google mittlerweile ein eigenes Modell namens Google News präsentiert, welches den PageRank-Ansatz auf eine individuelle Nachrichtenaggregation überträgt. Dieses bezieht sich allerdings im Wesentlichen auf ein bestimmtes Thema, nicht auf bestimmte Perspektiven, bevorzugte Topoi oder individuelle Präferenzen. Dennoch filtert der automatische Journalist Google News die nennenswertesten Artikel zu einer Meldung *„ungeachtet ihrer politischen Aussage*

50 Vgl. u. a. Lehmann, Kai: 10 Jahre Online-Journalismus – Interview mit Markus Deggerich, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 229.

51 Vgl. Quandt, Thorsten: Das Ende des Journalismus?, in: Löffelholz, Martin: Theorien des Journalismus, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 496.

52 Vgl. http://www.google.de/intl/de/why_use.html, Zugriff: 24. März 2008.

oder Ideologie“⁵³ heraus und bietet somit ein multiperspektivisches Bouquet, welches dem Nutzer nicht eine einzige Meinung bietet, sondern ihm ein umfängliches Bild der Geschehnisse präsentiert. Was von alledem er für glaubwürdig, angemessen, seiner Meinung konform hält, liegt dann in der Einschätzung des Lesers selber. In diesem Sinne sieht sich Google News als apolitisch: *“The algorithms do not understand which sources are right-leaning or left-leaning.”*⁵⁴ Freilich versteht der Algorithmus dies nicht zu unterscheiden, jedoch kann Google ohne Weiteres bestimmte Seiten aus der gesuchten Menge herausnehmen und somit das angeblich apolitische Ergebnis aus der Balance bringen – ohne öffentliche Nachvollziehbarkeit wohlgemerkt. Die chinesische Internetgemeinde wird davon gewiss ein Lied singen können.⁵⁵

Abseits von Google News gibt es ebenso Experimente individualisierter Newsangebote, bei welchen der Nutzer von vornherein seine Präferenzen – z. B. Politik, Europa, Sport, Spiegel etc. pp. – eingeben und daraufhin tagtäglich – oder in dem Rhythmus, den er wählt – ein personalisiertes Panorama der aktuellen Nachrichten auf seinem Desktop in Empfang nehmen kann. Die Netzeitung geht diesen Weg beispielsweise über personalisierte Titelseiten.⁵⁶ DailyMe baut dagegen weitgehend auf den E-Mail-Versand der News.⁵⁷ So wenig erfolgreich diese Angebote gerade im Vergleich zu Google noch sind, so könnte es in Zukunft wohl auch an das individuelle Surfverhalten der Nutzer gekoppelt werden und auf diese Weise die Interessensgebiete des Users auf eigene Faust erforschen –

53 Vgl. http://news.google.de/intl/de_de/about_google_news.html, Zugriff: 24. März 2008.

54 Bharat, Krishna in: Ulken, Eric: Non-traditional sources cloud Google News results, in: Online Journalism Review 19. Mai 2005: <http://www.ojr.org/ojr/stories/050519ulken/>, Zugriff: 24. März 2008.

55 Über mögliche politische Befangenheit und Transparenz bei Google News Vgl.: Ulken, Eric: Non-traditional sources cloud Google News results, in: Online Journalism Review 19. Mai 2005, in: <http://www.ojr.org/ojr/stories/050519ulken/>, Zugriff: 24. März 2008.

56 Vgl. <http://www.netzeitung.de/mynz/gt/1-1.html>, Zugriff: 27. März 2008.

57 Vgl. <http://www.dailyme.com/online-newspapers-world-news.php>, Zugriff: 24. März 2008.

diverse Onlineshops wie Amazon, aber auch webbasierte Werbestrategien nutzen diese Technik bereits.⁵⁸ Das Angebot dürfte dadurch geradezu immer treffend sein, ruft aber bereits verschreckte Warner in Gestalt von Datenschützern und auch Anwendern auf den Plan, wenn nämlich heutzutage über personalisierte Werbung anhand von Nutzerverhalten gesprochen wird. Besonders an dem negativ nutzbaren Potenzial dieser Technik könnte ein am Surfverhalten ausgerichtetes DailyMe scheitern und maximal auf der persönlich einstellbaren Ebene Erfolg haben. Denn hier hat der Leser zwar nicht „*die volle Kontrolle über das was er liest und wenn er es liest*“,⁵⁹ aber doch ein höheres Maß an Selbstbestimmung bzw. Interaktivität. Keine Frage, das Angebot von Programmen, welche die Absichten des Nutzers errahnen, wird kommen. Ob sie sich durchsetzen, ist gerade unter den vielen Vorbehalten in der Bevölkerung ein anderes Paar Schuhe.

Kurzum, was den algorithmischen Journalisten ausmacht, ist die Syndikation, Kompilation und Filterung von Nachrichten nach den Präferenzen des Nutzers. Diese Präferenzen können entweder unmittelbar online in eine Maske eingegeben (Google News), vom Nutzer über im Internet angebotene Programme vorbestimmt (DailyMe) oder durch das individuelle Surfverhalten ermittelt werden. „*Während das Angebot einer Künstlichen Intelligenz als Selektionsinstrument insgesamt vielversprechend bewertet wurde, kann in absehbarer Zeit nicht damit gerechnet werden, dass Künstliche Intelligenz Aussagen selbst gestaltet: vom Inhaltsselektor also zum Inhaltsproduzenten aufsteigt.*“⁶⁰ Automatisierte Journa-

58 Zur Technik personalisierter Werbung Vgl. Kazienko, Przemysław/Adamski, Michał: Personalized Web Advertising Method, Springer, Berlin 2004; Zur Kritik personalisierter Werbung Vgl. Rathgeber, Isabel: Die Akzeptanz personalisierter Werbung. Grundlagen, Entwicklung und Möglichkeiten, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2007.

59 <http://www.dailyme.com/online-newspapers-world-news.php>, Zugriff: 24. März 2008.

60 Pelka, Bastian, in: Neuberger, Christoph: Onlinejournalismus: Veränderungen – Glaubwürdigkeit – Technisierung, Media Perspektiven 3/2003, S. 136, in: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2003_Neuberger.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

listen dürften daher auf ihrer heutigen Ebene stehen bleiben und sind damit unabdingbar an den professionellen Onlinejournalismus (a) gekoppelt. Sie stellen dabei das Ultimativprinzip von Metadata – also von Data über Data, „*such as information about the author, date and context of web content, and about its relationship with other web content*“⁶¹ – dar. Ohne die Produktion von Nachrichten durch die professionellen Onlinejournalisten, wie wir sie zuvor charakterisiert haben, wäre die Existenz eines solchen Aggregators absurd. Und auch so müssen sich Google News und DailyMe die Frage gefallen lassen, ob hier überhaupt Journalismus gemacht wird, oder ob sie lediglich eine Art virtueller Zeitungsbote sind, welcher von seinen Kunden beauftragt wird, eine gewisse Auswahl an Nachrichten zu erstellen und Freihaus zu liefern. Ein Kommunikator schließlich, „*der überhaupt keine Aussage mehr produziert, sondern lediglich technische Abläufe der Kommunikation kontrolliert wäre auch gar kein Journalist mehr, sondern würde bestenfalls in die Position eines Knotenpunktes in einer Fülle von Netzen und Teilöffnungen gelangen.*“⁶² Genau wie ein Zeitungsbote eben – nur mit größeren Befugnissen. Algorithmische Journalisten können daher kaum in unsere Kategorie passen, da sie auf einer der Nachrichtenproduktion nachgeordneten Selektionsebene operieren.

c) Partizipativer Journalismus

War es im analogen Zeitalter nur ausgewählten Personen vergönnt, ihre Meinung in den öffentlichen Raum zu streuen, so sind die Zugangsschranken in der digitalen Welt dermaßen niedrig, dass ein wenig Web-space und ein Computer mit Internetzugang ausreichen, um einen, wenige und viele mit seiner Botschaft zu erreichen. Diese veränderte Struktur ließ in den letzten Jahren daher fast selbstredend den Gedanken erstarken,

61 Vgl. Bruns, Axel: *Gatewatching – Collaborative Online News Production*, Peter Lang, New York 2005, S. 264.

62 Lossen, Wiebke/Weischenberg, Siegfried: *Online-Journalismus: Mehrwert durch Interaktivität*, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): *Onlinejournalismus*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 90.

dass Journalismus nunmehr ein Modell für jeden sein kann. Jeder kann dessen Produkte konsumieren und jeder kann sie produzieren – kurzum, was einst Leser und Produzent war, wird zum „*Producer*“.⁶³ Dieses neue Nutzerelbstverständnis schlägt sich dabei in vielfältigen Versuchen von kollaborativem Journalismus nieder, wie wir ihn im Folgenden betrachten werden.

Um was geht es also bei dem neuartigen Konzept der so genannten Open News? Glaubt man Axel Bruns, so handelt es sich bei den Open News um die „*Publizierung von Nachrichten, welche vollkommen offen für die Nutzerbeteiligung auf der Input-, Output- und Rücklaufstufe sind. Der Content wird dabei ohne jegliche Eingriffe seitens ausgewählter Editoren veröffentlicht*“.⁶⁴ Soviel zur einfachen Theorie des partizipativen Journalismus. In der Realität allerdings gibt es eine Vielzahl an Abstufungen, welche vom „*kontrollierten Gatewatching*“⁶⁵ bei Slashdot bis zum absolut offenen Edieren bei Wikinews reichen.

Im Falle des Websauriers Slashdot beispielsweise eröffnet ein Team von Editoren ein Netz partizipativer Informationskanäle, an denen sich jeder Nutzer beteiligen kann. Jeder Teilnehmer kann nach Lust und Laune Artikel veröffentlichen, welche zunächst keiner Vorzensur unterliegen. Erst im Nachhinein kann der Beitrag z. B. durch negative Bewertungen und Kommentare aus dem Fokus fallen oder durch bestimmte Nutzer mit Kontrollstatus reglementiert, im Extremfall sogar gesperrt werden. Der Extremfall tritt jedoch selten ein. In der Regel kommt fast alles durch die Kontrolle. Einzige gewichtige Einflussnahme des editorischen Teams ist die Artikelsortierung auf der Hauptseite, welche sich jedoch an den Klicks für einen Beitrag orientiert.⁶⁶ Gleichwohl muss man eingestehen, dass in der Nachbegutachtung der Artikel ein festes Team an Editoren zur Verfügung steht, welches die Beiträge zwar selten zensiert, die Prüfung jedoch

63 Bruns, Axel: *Gatewatching – Collaborative Online News Production*, Peter Lang, New York 2005, S. 23.

64 Ebd., S. 65.

65 Ebd., S. 39.

66 Vgl. <http://slashdot.org/about.shtml> bzw. <http://web.sourceforge.com/terms.php>, Zugriff: 25. März 2008.

eindeutig in ein hierarchisches Modell gießt. Der Rest ist im Wesentlichen Selbstkontrolle. Da es durch Anonymität und Unmittelbarkeit immer wieder zu störenden Kommentaren kommt, haben User mit „*gutem Karma*“⁶⁷ die Befugnis, Comments zu löschen. Was die Qualität der Beiträge selber betrifft, so wird diese über die Anzahl der Aufrufe und Bewertungen ermittelt, was sich jedoch wenig vom kapitalistischen Marktprinzip unterscheidet. Was in der freien Wirtschaft Verkaufs- und Zuschauerzahlen sind, wird hier in klickbaren Meinungsäußerungen gebündelt, wodurch der meist erwähnte, geklickte, verlinkte, aufmerksamkeitsreichste Artikel noch mehr Aufmerksamkeit gewinnt und in den Ranglisten steigt (Stichwort: „The rich get richer.“). Und genau darum geht es ja in der Netzökonomie in besonderem Maße: die Generierung von Aufmerksamkeit – in diesem Fall auf Basis eines festen Forums, in dem die offiziell gleichgestellten Akteure agieren. In Wirklichkeit herrscht jedoch eine klare Trennung zwischen den Nutzern. Eingriffe in die Beiträge anderer, wie bei der Wikipedia, sind zum Beispiel undenkbar.

Kann man aber im Falle dieser Open News noch von Journalismus reden? Zweifellos: in den diversen partizipativen Nachrichtenforen werden tagtäglich auf freiwilliger Basis gesellschaftlich relevante Themen beredet und diskutiert – trifft dies aber noch den Kern journalistischer Tätigkeit? Fakt ist in jedem Fall, dass wir bei Konzepten wie Slashdot über partizipative Informationskanäle sprechen, wodurch man die klassische Journalismusdefinition enorm weiten müsste. Kann es überhaupt einen beobachtenden Dritten unter scheinbar Gleichen geben? Da Egalität im Falle von Slashdot und anderen quasi-demokratischen Foren jedoch nur bedingt gegeben sein kann, darf man die Frage durchaus bejahen. Wie aber ist es um die neuerliche Struktur bestimmt? Open News sind im Gegensatz zum alten Broadcasting dialogisch, konversationell und vor allen Dingen nicht fix. Interaktion zwischen den Teilnehmern ist Kern des partizipativen Prinzips und könnte ohnedem nicht existieren, weswegen Jeff Jarvis eine solche Form von Internet weniger als Inhaltsmedium, denn als Mittel der Kom-

67 Ebd.

munikation und Verbindung ansieht.⁶⁸ Anita J. Chan hat daher durchaus recht, wenn sie behauptet, dass Slashdot „*a whole of nothing*“ wäre, würde man sich die Nutzer aus dem Forum wegdenken.⁶⁹

Graduell offener gesellt sich Indymedia in den Kreis der Open News-Seiten.⁷⁰ Grundsätzlich besteht auch hier keine Vorzensur – die Nachkontrolle wird von der Community unternommen. Auch hier geht man jedoch nicht so weit, Beiträge kollektiv zu erstellen. Artikel sind Werke des Einzelnen, in diesem Sinne bewertbar, aber unveränderlich. En Bloc hat Indymedia allerdings eine deutlich links-organisatorische Tendenz. Als „*internationales hierarchiefreies Netzwerk, [das] sich als Teil des weltweiten Widerstands gegen die kapitalistische Globalisierung*“⁷¹ verstand, mittlerweile aber das antiglobalistische Element von seiner Hauptseite entfernt hat, ist es keinesfalls ein neutrales Nachrichtenforum, noch kann man es gänzlich hierarchiefrei nennen. Denn Status und Reputation spielen auch hier eine Rolle und bilden Machtstrukturen aus, über die das Impressum nicht hinwegtäuschen kann. Dennoch: journalistische Maßstäbe kann es trotz seiner massiven Subjektivität verwirklichen und gesellschaftlich durchaus Kräfte entfesseln. Denn immerhin ist die Plattform im gesamtgesellschaftlichen Kontext tatsächlich unabhängig und nicht-kommerziell.

Open News ist letztlich das, was man nach Enzensberger einen dialogischen Journalismus auf Basis „*emanzipatorischen Mediengebrauchs*“⁷²

68 Interview mit Jeff Jarvis, in: <http://zero.newassignment.net/filed/jeffjarvisinterviewnealmoore>, Zugriff: 04. August 2008.

69 Vgl. Chan, Anita J.: Collaborative News Networks: Distributed Editing, Collectivization, and Construction of News on Slashdot.org, MSc Thesis, MIT 2002, in: web.mit.edu/anita1/www/thesis/index.html, Zugriff: 06. Februar 2003.

70 Vgl. <http://de.indymedia.org/> bzw. www.indymedia.org, Zugriff: 24. März 2008.

71 Hauptseite von <http://de.indymedia.org/>, zit. in: Möller, Erik: Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern, Heise, Hannover 2006, S. 138.

72 Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: ders.: Kursbuch 20, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1970, S. 173.

nennen könnte, inzwischen aber nicht mehr dessen Ultimativprinzip. Das Hauptproblem, aufgrund dessen sich viele Forscher weigern, kollaborative Nachrichtenforen zur Gattung des Journalismus zu zählen, ist in erster Linie die mangelnde Neutralität, die fehlende Professionalität sowie die nur geringfügige Berichterstattung. So bedarf insbesondere die Berichterstattung großen finanziellen Aufwands, was dazu führt, dass sich viele Schreiber von Slashdot und Co. an den Artikeln anderer Leitmedien im Netz orientieren, von diesen kopieren und das Kopierte einfügen. Akkurat kann das mitnichten genannt werden. Unterm Strich muss man der Open News-Produktion daher eine gewisse Zwitterhaftigkeit diagnostizieren. Einerseits besitzt sie typische Merkmale des Journalismus, welchen auch die dialogischen und unvollendeten Nuancen keinerlei Abbruch tun. Auf der anderen Seite kann es sich im schlechtesten Fall um profanes Um- und Abschreiben handeln. Auch wenn Transparenz der Quellen für die Nutzer eine wesentliche Rolle spielt, würde das an den Tatsachen kaum etwas ändern. In diesem Sinne darf für Open News gelten, dass nur das, was akkurate Berichterstattung ist, auch als Journalismus gelten kann. Der Rest sind eher parajournalistische Experimente, welche sich an den Rändern unserer Mediengesellschaft austoben.

Sicherlich: auch vor einhundert Jahren betrachtete man heute fest etablierte Medien wie das Kino zunächst auch nur als experimentelle Marginalien – als reine Spielerei. Doch gerade in jenem Wort steckt auch ein Problem. Das Internet selber ist zweifelsohne keine Randerscheinung mehr und wird zumindest in den Industriestaaten flächendeckend genutzt. Wenn wir über Experimente reden, so finden diese innerhalb des Mediums statt, und selbst hierbei können diese Experimente Ausmaße von Massenphänomenen erlangen. Die Wikipedia hat beispielsweise bereits so an Bedeutung gewonnen, dass sie den Brockhaus – die größte gedruckte Enzyklopädie auf Erden – an Artikeln um weit mehr als das Doppelte übertrifft,⁷³ was Internet-Guru Jaron Lanier schon dazu veranlasste, vor

73 Laut Wikipedia enthält allein ihre englische Version mehr als 2 Mio. Artikel. Mehrsprachig kommt sie auf sage und schreibe 9 Mio. Die aktuelle Auflage der Encyclopaedia Britannica erreicht hingegen in 32 Bänden lediglich 75.000 Artikel. Der Brockhaus sammelt in seinen 30 Bänden immerhin 300.000 Artikel

einem Digitalen Maoismus, Wiki-Lynchjustiz und wikipotischen Supermetaorakeln zu warnen.⁷⁴ Wie dem auch sei: in journalistischer Hinsicht ist die klassische Wikipedia in der Tat vollkommen irrelevant. Mit dem Nachrichtenableger Wikinews geht Wikipedia allerdings noch einen guten Schritt weiter, als es Slashdot oder Indymedia jemals getan haben. Wikinews bedeutet nicht nur „*everyone's a publisher*.“⁷⁵ Es ist, wie das lexikalische Mutterorakel, kollektives Schreiben. Jeder ist in der Lage, jeden Artikel zu (fast) jeder Zeit umzuändern und nimmt somit an einem Open Editing teil. Das Ergebnis ist, wie Lanier der Wikipedia vorwirft, die reine Durchschnittsmeinung einer Gesellschaft, die nach dem Prinzip eines *Digitalen Maoismus* die Meinung des Einzelnen der allwissenden, kollektiven Schwarmintelligenz unterordnet.⁷⁶ Hierbei ermangelt es sowohl an gründlicher Berichterstattung sowie an der Namhaftigkeit und Greifbarkeit der Autoren. Gerade die Loslösung der Information von den Menschen dahinter sei dabei charakteristisch für das Web 2.0 und eine seiner Ausgeburten: die Wikipedia.⁷⁷ Verantwortlichkeit für die entstehenden Beiträge ist in ihr nicht mehr gegeben, und so wird der Wiki-Journalismus nach Lanier mit dem Lesen der Bibel vergleichbar: „*Es gibt zwar seichte Spuren, die auf Stimmen verschiedener, anonymer Autoren und Editoren hinweisen, aber es ist unmöglich sich über diese sicher zu sein.*“⁷⁸

Hinzu kommen die Probleme, welche auch die Wikipedia plagen. Da letztlich nicht nur das Edieren in der Macht der gleichwertigen Akteure

an, welche auf der Aktualität von 2006 stehen bleiben. Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:_Gr%C3_%B6%C3%9Fenvergleich, Zugriff: 25. März 2008.

74 Vgl. Lanier, Jaron: Digital Maoism: The Hazard of the New Online Collectivism, in: www.edge.org/3rdculture/lanier06/lanier06_index.html, Zugriff: 17. Februar 2008.

75 Vgl. McLuhan, Marshall: Address at Vision 65, in: McLuhan, Eric et al.: Essential McLuhan, Routledge, London 1997, S. 227.

76 Vgl. Lanier, Jaron: Digital Maoism: The Hazard of the New Online Collectivism, in: www.edge.org/3rdculture/lanier06/lanier06index.html, Zugriff: 17. Februar 2008.

77 Ebd.

78 Ebd.

steht, sondern gleichfalls die Kontrolle als Selbstüberwachung vorzuziehen geht, schleichen sich schnell Fehler in die Artikel ein. Falschinformationen, Vandalismus und Befangenheit sind dabei allerdings wohl noch das kleinste Problem, da Wikinews beispielsweise die Besonderheit hat, dass keine Aussage ohne Quellenangabe veröffentlicht werden darf.⁷⁹ Ebenso soll die Neutralität durch ständige Selbstkontrolle gewährleistet werden und wird explizit in den Richtlinien gefordert.⁸⁰

Wirklich zu schaffen machen dürften Wikipedias journalistischen Versuchen die endlosen Editierungskriege fanatischer Nutzer, die partout auf ihrer Meinung beharren. Im Endeffekt kommt es hierbei zum „*Sieg der Besessenen*“.⁸¹ Wikinews wäre dann im Kern einerseits Durchschnittsmeinung kollektiver und somit anonymer Masse – aus der sich allerdings durchaus Neutralität ergeben kann. Zum anderen, zugegebenermaßen geringeren Teil wäre es Ergebnis des „*Narzissmus all dieser kleinen Jungs, die der Welt ihren Stempel aufdrücken wollen, ihre Initialen an die Mauer spraysen, aber gleichzeitig zu feige sind, ihr Gesicht zu zeigen*“⁸² – kurzum der Besessenen und Besessenen.

Im Resümee plädiert Lanier für eine fixierte Kontrollinstanz, ohne welche Web 2.0 undenkbar sei. Keinesfalls sollten die Zugangsschranken zum Markt wieder errichtet werden, jedoch dürfe das Web 2.0-Prinzip nicht so weit gehen, dass die anonyme Masse sich selbst verwaltet. Journalismus ist prinzipiell zwar auf partizipativ-dialogischer Ebene denkbar, jedoch nur, wenn die jeweiligen Publikationen mindestens in Kombination von Administrator und User kontrolliert werden.⁸³ Ergebnis wären dann zwar

79 Vgl. <http://de.wikinews.org/wiki/Wikinews:EinJahrWikinews>, Zugriff: 25. März 2008.

80 Vgl. u. a. <http://de.wikinews.org/wiki/Wikinews:NeutralerStandpunkt>, Zugriff: 25. März 2008

81 Lanier, Jaron im Spiegel-Gespräch mit Jörg Blech und Rafaela von Bredow: Eine grausame Welt, in: <http://www.spiegel.de/media/0,4906,14110,00.pdf>, Zugriff: 17. Februar 2008.

82 Ebd.

83 Jeff Jarvis verweist diesbezüglich übrigens darauf, dass sich selbst verwaltende Gemeinschaften stets professionelle Polizeikräfte angeheuert hätten, um

immer noch sehr subjektive Artikel, der journalistische Stellenwert wäre aufgrund dessen jedoch noch lange nicht in Frage gestellt. Auch ernstzunehmender Journalismus kann schließlich glossenhaft, bissig, kann Gonzo,⁸⁴ kann schlichtweg eine Kolumne sein – wobei diese mindestens genauso fähig wäre, die moderne systemtheoretische Aufgabe der vierten Gewalt im Staate zu erfüllen, wie kalt aufgetischte Fakten, die jeder Beilage entbehren. Solange man schließlich um die subjektive Garnitur Bescheid weiß und eine pluralistische Auswahl verschiedener Subjektivitäten zur Verfügung hat, ist der journalistische Wert eines Artikels kaum gefährdet.

Knifflig wird es erst, wenn wir die mangelnde Berichterstattung ins Auge fassen. Sicherlich: auch den Amateurschreibern stehen Agenturmeldungen und professionelle Berichte allgegenwärtig zur Verfügung, doch gehen die Hobbyjournalisten letztlich nicht vor Ort, um gründlich Einzelheiten zu recherchieren, Zeugen zu befragen und Expertenmeinungen einzuholen. Alles, was den partizipativen Journalismus ausmacht, spielt sich schlussendlich im Netz ab und führt einerseits zu einer Google-isierung der Recherche und zum anderen zu einer reinen „Copy-Paste“-Attitüde der „*Producer*“.⁸⁵ Unterm Strich kann man daher in weiten Teilen von Open News und Open Editing kaum von purem Schreiben sprechen, wenn man die vielen, der Aktualität geschuldeten und entsprechend schnell verfassten Artikel im WWW betrachtet. Komponieren und Zusammenstellen, Copy und Paste trifft es womöglich eher.

einem möglichen Chaos Herr zu werden. Die notwendig transparente und im Sinne des Gemeinwohls agierende Autorität sieht er bei der Wikipedia durchaus vorhanden und durch den Willen der Masse, die Fakten zu überprüfen, gestärkt, Vgl. Interview mit Jeff Jarvis, in: <http://zero.newassignment.net/filed/jeffjarvisinterviewnealmoore>, Zugriff: 04. August 2008.

84 Vgl. hierzu: <http://www.gonzo.org/articles/lit/esstwo.html>, Zugriff: 25. März 2008 und zu Beispielen des Gonzo-Journalismus: Thompson, Hunter S.: *Gonzo Generation – Das Beste aus den Gonzo Papers*, Heyne, München 2007.

85 Bruns, Axel: *Gatewatching – Collaborative Online News Production*, Peter Lang, New York 2005, S. 23.

Bleiben die Blogs – laut Rebecca Blood eine „regelmäßig aktualisierte Website, mit chronologisch umgekehrt angeordneten Einträgen, wodurch neue Beiträge immer oben erscheinen.“⁸⁶ Obwohl nicht wenige Faktoren gegen die Einordnung dieser tagebuchähnlichen Publikationen in das weite Feld der journalistischen Praxis sprechen, werden sie von einer Menge von Kennern des Webs bisweilen als „Sargnagel des Journalismus“⁸⁷ bezeichnet und sogar als „Renaissance publizistischer Persönlichkeit“⁸⁸ gefeiert. Dabei spräche allein das Selbstverständnis der User gegen Journalismus: so liegt es laut einer nicht-repräsentativen Studie von 2005 gerade einmal einem Drittel der deutschsprachigen Blogger am Herzen, „Wissen in einem Themengebiet anderen zugänglich zu machen.“ Spitzenreiter unter den Motiven waren mit jeweils über 60% „Zum Spaß“, „Weil ich gerne schreibe“ und „Um eigene Ideen und Erlebnisse für mich selber festzuhalten“, was alles in allem typische Charakteristika von Tagebüchern sind.⁸⁹ Zu ähnlichen Ergebnissen gelangte eine repräsentative Bloggerumfrage von Lenhart/Fox in den USA, bei welcher die überwiegende Mehrheit der Befragten ausdrücklich angab, nicht Journalismus zu betreiben.⁹⁰ Darüber hinaus behandeln nur die wenigsten Blogs selbst

86 Blood, Rebecca: Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media (Nieman Reports 2003), in: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs-journalism.html>, Zugriff: 26. Februar 2008.

87 Neuberger, Christoph et al.: Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration, Media Perspektiven 2/2007, S. 96, in: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2007Neuberger.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

88 Neuberger, Christoph: Onlinejournalismus: Veränderung – Glaubwürdigkeit – Technisierung, Media Perspektiven 3/2003, S. 132, in: http://www.media-perspektiven.de/uploads/txmppublications/03-2003_Neuberger.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

89 Schmidt, Jan/Wilbers, Martin: Wie ich blogge?!, Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 06-01, Bamberg 2006, S. 12, in: <http://www.fonkbamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>, Zugriff: 27. März 2008.

90 Vgl. Lenhart, Amanda/Fox, Susannah: Bloggers. A portrait of the internet's new storytellers. Pew Internet & American Life Project, 19. Juli 2006, S. 10 ff.

recherchierte, politisch oder gesellschaftlich relevante Themen. Und selbst diese beziehen sich nicht selten auf fremde Berichterstattung, welcher sie ihre eigene Meinung kommentarartig zuordnen. Gerade hierin liegt aber durchaus ein gewisser Erfolg der Weblogs: die Leser mögen besonders die persönliche und bisweilen sehr subjektive Perspektive auf aktuelle Ereignisse, denn wie Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach meint, sind Blogs nicht nur *grassroot journalism*, sondern auch Gonzo und Punk, was ihr besonderer Reiz sei.⁹¹ Sie erscheinen durch die Transparenz der Blogosphäre glaubwürdig, und was noch viel wichtiger ist: die Berichte sind authentisch. Authentizität im Unterschied zu kommerziellem Kalkül kann daher neben der Ermöglichung von direkter Anschlusskommunikation als Grund für die große Resonanz auf das Phänomen Weblog gelten. Während Journalismus nämlich unpersönlich ist, sind Blogs persönlich; während Journalismus ohne Leidenschaft auskommt, ist Bloggen eine Herzensangelegenheit.⁹²

Steigende Nutzerzahlen lässt die Weblogs allerdings noch längst nicht in die Riege des Journalismus aufsteigen, zumal sich unter den vielen tausend Veröffentlichungen pro Tag genügend rein private Ergüsse wiederfinden. Trotzdem kann man eine Reihe von Blogs ohne weiteres in den Journalismus einordnen: (a) die von professionellen Journalisten erstellten Blogs, (b) Amateurblogs, welche jedoch journalistischen Standards besonders in Berichterstattung und Transparenz entsprechen und somit quasi-professionell sind, (c) Originalberichte in Schrift, Ton oder Bild – ergo das, was einen jeden Blogger zum potenziellen Mikrokorrespondenten macht und (d) die so genannten Watchblogs, welche sich die Aufgabe stellen, den

in:www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%2006.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

91 Vgl. Lünenbürger-Reidenbach, Wolfgang: Wie verändern Blogs und Blogger den Journalismus? Was bedeutet das für PR?, in: netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation, S. 98-99, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr-OnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.

92 Vgl. Jarvis, Jeff zit. in: Kurtz, Howard: Jeff Jarvis, On the Inside Blogging Out, Washington Post, <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2005/05/29/AR2005052901075.html>, Zugriff: 04. August 2008.

etablierten Journalismus zu kontrollieren⁹³ – im deutschsprachigen Raum wäre dabei insbesondere der Bildblog⁹⁴ zu erwähnen, welcher der am zweithäufigsten gelesene Weblog im hiesigen Internet ist und die Verfehlungen der Springerpresse kritisch herausstellt.⁹⁵ Blogforscherin Rebecca Blood tendiert außerdem dazu, Expertenblogs aus Industrie und Wirtschaft in das genannte Raster einzubetten,⁹⁶ wogegen jedoch der deutliche Hang zu PR sprechen dürfte. Experten mögen zwar Insiderwissen über ihre Wirtschaftszweige auf solchen Webseiten verbreiten, ihre überwiegende Bindung an Konzerne führt aber zur übermäßigen Verquickung von Blog und Werbung, so dass man jene Publikationen eher in die Rubrik der Public Relations als des Journalismus einordnen sollte.

Abgesehen davon sind auch Reichweite und Wirkung im Durchschnitt eher gering. So finden nur wenige Blogs den Weg in öffentliche Diskurse und setzen noch seltener gesellschaftliche Akzente. Erwähnenswert wäre jedoch die kontinuierliche Kriegsberichterstattung des Irakers Salam Pax, der während des Irakfeldzugs aus einem kleinen Zimmer in Bagdad seine Eindrücke der Weltöffentlichkeit verfügbar machte, zur zuverlässigen Quelle wurde, schlussendlich mehrere Kolumnen für die britische Zeitung *The Guardian* veröffentlichte und 2003 sogar ein eigenes Buch herausgab.⁹⁷ Das wohl bekannteste Beispiel einer durch Weblogs ausgelösten öffentlichen Diskussion aber ist sicherlich die Lewinsky-Affäre von 1998, welche der amerikanische „Netzreporter“ Matt Drudge mit seinen wenig

93 Vgl. hierzu Gillmor, Dan: *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly 2006, als Onlineversion in: <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>, Zugriff: 04. August 2008, S. 61 ff.

94 Vgl. www.bildblog.de, Zugriff: 27. März 2008.

95 Vgl. www.deutscheblogcharts.de, Ausgabe 12/2008 vom 19. März, Zugriff: 25. März 2008.

96 Vgl. Blood, Rebecca: *Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media* (Nieman Reports 2003), in: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html, Zugriff: 26. Februar 2008.

97 Vgl. <http://dearraed.blogspot.com>, Zugriff: 27. März 2008, bzw. Salam Pax: *Let's get bombed – Schöne Grüße aus Bagdad*, Ullstein, Berlin 2005.

detaillierten Gerüchten auf seiner Website ins Rollen brachte.⁹⁸ So sehr seine Veröffentlichung aber auch eine Lawine in Gang setzte, so wenig betrachtet sich Matt Drudge selber als Journalisten, zumal seine schnelle, ungeprüfte Streuung von Gerüchten gewiss nicht den gängigen Normen des Informationsjournalismus entspricht.⁹⁹

Was neben solchen gezielt öffentlichkeitswirksamen Einträgen aber auch auffällt, ist die zunehmende Nutzung nicht-journalistischer Weblogs als Quelle professioneller Onlinenachrichten. So bezog sich Spiegel Online in seinen Beiträgen über den Amoklauf am finnischen Jokela-Gymnasium in Tuusula ausdrücklich auf Onlinequellen des Attentäters Pekka-Eric A. alias Sturmgeist 89.¹⁰⁰ Inhaltmigration von Blogs zu tradierten Medien ist also durchaus gegeben, jedoch handelt es sich hierbei zumeist um reine Quellen oder Denkanstöße, welche allerdings eher durch kolumnistische Beiträge ausgelöst, als von konkreten journalistischen Blogs angekurbelt werden. Selbst dies ist im Vergleich zu den großen Newsseiten allerdings marginal, zumal die Masse der Blogs in der Tat nicht gesellschaftlich relevante Themen abhandelt, sondern den letzten Ausflug nach Italien präsentiert, den Liebeskummer 14jähriger Schüler ausbreitet oder über sonstige Profanitäten sinniert.

Der umgekehrte Informationsfluss scheint dagegen schon eher gegeben zu sein. Da die wenigsten Blogger eigene Berichterstattung betreiben, basiert die Information, auf der sie aufbauen, mehrheitlich auf Fremdrecherchen.

98 Vgl. <http://www.drudgereport.com> und <http://www.drudgereportarchives.com>, Zugriff: 27. März 2008.

99 Vgl. Drudge, Matt zit. in: Quandt, Thorsten: Vom Redakteur zum Content-Manager? Wandel des Journalismus im Zeichen des Netzes, in: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2003, S. 257.

100 Vgl. <http://www.spiegel.de/panorama/justiz/0,1518,516038,00.html>. Weitere Bezugnahmen Spiegel Onlines auf Blogs und ähnliche Internetquellen sind u. a. folgende Artikel: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,537719,0.html>, in welchem der Drudge Report zitiert wird, und <http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,541257,00.html>, dem das MySpace-Profil des Edel-Callgirls Ashley Dupré zugrunde liegt, Zugriff: 27. März 2008.

Quellen und Selektion bleiben damit zum überwiegenden Teil in der Hand der Journalisten.¹⁰¹ Gerade dieser Mangel an eigenständiger Berichterstattung veranlasst Rebecca Blood – selbst Bloggerin aus Leidenschaft – zu dem Resümee, dass Weblogs entgegen einer weitläufigen Meinung eher „amateur reporting“ oder „personal publishing“ sind, als ernstzunehmender Journalismus. *„I’m not practicing journalism when I link to a news reported by someone else and state what I think [...]. Credible journalists make a point of speaking directly to witnesses and experts, an activity so rare among bloggers as to be for all practical purpose, non-existent.“*¹⁰² Anstatt einer weiteren Ausweitung des Terms Journalismus das Wort zu reden, plädiert Blood dafür, eher von „*participatory media*“ zu sprechen, wenn es nämlich um Blogs geht, welche die professionellen News hervorheben, kolumnistisch kommentieren und in ein Netz aus Meinungen (Blogosphäre) einbinden.¹⁰³

Zusammenfassend können wir also festhalten: In jedem Fall als Onlinejournalismus gelten dürfen (a) die professionelle Nachrichtenproduktion im Internet und (b) Weblogs, welche anhand journalistischer Standards in die Kategorie Journalismus eingeordnet werden können, wobei auch offensichtliche Subjektivität dem keinen Abbruch tun muss. Diese gleicht sich nämlich in den meisten Fällen durch das Bewusstsein dieser Befangenheit, ein pluralistisches bis multiperspektivisches Angebotsspektrum und die gewachsene Transparenz in der Turing-Galaxis aus. Des Weiteren können (c) journalistisch einwandfreie Beiträge auf kollaborativen Websites ebenso zum Onlinejournalismus gezählt werden. Der Rest fällt weitestgehend in den Bereich parajournalistischer Experimente und der „*participatory media*.“ Besonders der letzte Teilbereich kann dabei Wikinews und einen Großteil der Weblogs erfassen. Der Parajournalismus nimmt hingegen ein

101 Vgl. Schmidt, Jan: Weblogs – Eine kommunikations-soziologische Studie, UVK, Konstanz 2006, S. 126.

102 Blood, Rebecca: Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media (Nieman Reports 2003), in: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html, Zugriff: 26. Februar 2008.

103 Vgl. ebd.

breites Spektrum der partizipativen Nachrichtenforen auf, welche ohne journalistische Ansprüche publizieren.

4. Epilog, oder wie sich die Rolle des Journalismus wandelt

Unterm Strich differenziert sich das journalistische Spektrum um ein Vielfaches aus, worin sich der professionelle Journalismus ohne weiteres seine Interpretations- und Selektionshoheit über gesellschaftliche Prozesse bewahren dürfte. Hierbei werden die professionellen Onlinenachrichten ganz klar dominieren: bereits heute sind die Onlineangebote klassischer Medien in der marktführenden Position. Da nämlich nur verifizierbare Fakten Glaubwürdigkeit generieren, und diese nur durch akkurate Berichterstattung gesammelt werden können, dürfte es ausgeschlossen sein, dass im Internet gesellschaftlich-kollektive Alternativen „das Mandat des Journalismus auf die Zusammenstellung fairer, akkurater und vollständiger Stories, die vom allgemeinen Publikum verstanden werden können“,¹⁰⁴ übernehmen. Mindestens die Arbeitsweisen dürften sich jedoch auf Akteursebene den neuen Gegebenheiten anpassen. So verlangt das Internet in jedem Fall neue Grundqualifikationen, zu denen jedoch Programmierung nicht zwangsläufig zählt. Editoren und Maskenschaffern hierfür Abhilfe. Darüber hinaus sorgt aber die Multimedialität für einen Umgang mit einem Potpourri an unterschiedlichen Techniken. Der Netzreporter muss sowohl den Umgang mit Videoclips als auch Bildbearbeitung und Texten beherrschen. Hinzu kommt, dass dies in nie dagewesener Schnelligkeit vonstatten gehen muss – das Netz zwingt regelrecht dazu. Denn so sehr es auch den Verlust von Information immer mehr reduziert, so sehr verringert es auch ihre Haltbarkeit hinsichtlich öffentlicher Beachtung. Es entwickelt sich daher eine Art Diktum der

104 Blood, Rebecca: Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media (Nieman Reports 2003), in: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html, Zugriff: 26. Februar 2008.

Aktualität, welches zu einem Mittendrin im Geschehen nötigt: Der Journalist muss auf jede Veränderung seiner recherchierten Geschichte reagieren können – und das unabhängig von einem Redaktionsschluss.

So sehr sich Veränderungen auf der Akteursebene ergeben: „*die Funktionen des Mediensystems bleiben im Grundsatz gleich*“¹⁰⁵ und gehen lediglich auf die flexibleren, agileren Onlineprodukte über. Gerade durch den massiven Mehrwert, den das Internetangebot mit sich bringt, wäre es kein Wunder, wenn die Onlineableger ihre Eltern ‚verspeisen‘ würden. In Bezug auf die Tageszeitung ist dies ein plausibles Szenario, da der Leser dazu übergehen wird, die für ihn attraktiven Artikel aus dem Papierbündel lösen zu wollen. Hierfür ist das Internet denkbar geeigneter als die ‚handfesten‘ Journale.

Auf ganz anderem Level wird der Journalismus durch die vielen kollaborativen Alternativen herausgefordert, welche durch den Fall der Zugangsschranken zum Markt den öffentlichen Raum fluten. Hierdurch kommt es nicht nur zu einer krassen Ausdifferenzierung und Fragmentierung der Gesellschaft und ihres Sprachrohrs, sondern auch zu einem enormen Überschuss an Verfügbarkeit („*information overflow*“). Die konstante Anwesenheit von Information verursacht eine Situation, die mit derjenigen vor der Schrift vergleichbar ist: Alles ist immer verfügbar. Die Frage ist jedoch, wie man nunmehr noch irrelevante Dinge vergessen („*lack of social amnesia*“)¹⁰⁶ und relevante Dinge markieren kann. Solange eine Unbegrenztheit des Angebots und der stetige Informationszugang auf eine sich fragmentierende Gesellschaft vorherrschend bleibt, dürfte die große Masse der Gesellschaft, paralysiert durch die Menge an Optionen, schließlich gar nichts wählen. Wir haben dieses Phänomen bereits unter

105 Popp, Manuela/Spachmann, Klaus: Presse im Internet – Journalismus zwischen Kontinuität und Wandel, in: Altmeyden, Klaus-Dieter/ Löffelholz, Martin et al. (Hg.): Onlinejournalismus, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 142.

106 Vgl. Esposito, Elena: Der Computer als Medium und Maschine, Zeitschrift für Soziologie (ZfS), Jg. 22, Heft 5 (1993), S. 344-345.

dem Begriff „*option paralysis*“¹⁰⁷ besprochen. Folglich entsteht ein massiver Kampf um Übersicht und Aufmerksamkeit,¹⁰⁸ in welchem der Journalist als Qualitätsinstanz eine neue Rolle übernehmen könnte. Schlussfolgernd kann man also sagen, dass die Aufgabe des Journalisten im 21. Jahrhunderts konkrete Selektion, beispielsweise in Form von Strukturierung und der Setzung von Hyperlinks sein könnte. Ein ‚gewebtes‘ informatives Netz tritt an die Stelle des reinen Informationsnetzes.¹⁰⁹ Darüber hinaus wäre auch die Erstellung von individuellen Nachrichtbouquets denkbar, wobei hierfür wohl am ehesten algorithmische Redakteure in Frage kommen dürften. Nach Präferenzen geordnet können Google News und Co. viel effizienter einen personalisierten Geschmack treffen, den es in Zeiten der klassischen Massenpresse so nicht gab. Individuen trennen sich in Geschmacksfragen mehr und mehr vom Kollektiv, arbeiten aber auch gleichzeitig am Aufbau einer zunehmend partizipierenden Informationsproduktion mit.

Eher noch als durch das Erstellen von Informationsbouquets dürfte der Onlineredakteur seine Selektionsaufgaben über die neue Form der Recherche wahrnehmen. Reporter gehen in Ermangelung an Zeit immer seltener auf die Straße, um Fakten einzuholen und verlassen sich zunehmend auf die Onlineangebote von Leitmedien und diversen Nachrichtenagenturen von dpa bis Reuters. Der Übergang zu einer beinahe ausschließlichen Onlinerecherche führt im Resultat dazu, dass eine gesteigerte Verwendung der „Copy-Paste“-Funktionen des Computers stattfindet. Hierüber wird ebenfalls das faktisch Relevante vom Informationsmüll getrennt und in einen neuen Kontext gefügt, wodurch eine Collage der wichtigsten Ergebnisse entsteht. Dadurch erfüllt der post-

107 Vgl. Coupland, Douglas: *Generation X. Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur*, Goldmann, München 1995, S. 197.

108 Vgl. Franck, Georg: *Aufmerksamkeit – die neue Währung*, in: <http://www.heise.de/bin/tp/issue/r4/dlartikel2.cgi?artikelNr=2003&zeilenumbuch=on&zeilenlenge=62&mde=html>, Zugriff: 24. März 2008.

109 Vgl. Esposito, Elena: *Der Computer als Medium und Maschine*, *Zeitschrift für Soziologie (Zfs)*, Jg. 22, Heft 5 (1993), S. 345.

industrielle Journalismus mindestens die Aufgaben, Qualität zu bewerten und Information auffindbar zu machen, was neben der Generierung von Aufmerksamkeit und dem Auslösen einer umfangreichen Anschlussdiskussion unabdingbar seine künftige Rolle sein wird.¹¹⁰

Nicht nur auf journalistischer Ebene aber ist das *Zusammenstellen* Merkmal der digitalen Gesellschaft. So resümiert Mark Deuze in seiner Abhandlung *Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture*, dass Bricolage – die Herstellung eines Objekts aus vorhandenen Materialien, Wiederverwendung existierender Artefakte und Eingliederung von ‘Krimskrams’ – neben Remediation – dem Übernehmen, Modifizieren und Reformieren – und umfangreicher Partizipation im Sinne des Aufkommens einer engagierten, teilnehmenden Gesellschaft eines der Basismerkmale der Digikultur ist und/oder sein wird.¹¹¹

Das partizipative Merkmal verwirklicht sich dabei zum einen in der Interaktivität des WWW, wodurch neue Resonanzräume für die Leserschaft entstehen. Der Journalist kann und muss beinahe schon in ihr zum Navigator und Moderator seiner eigens entfachten Diskussion werden. Exakt darum geht es womöglich im zukünftigen Modell des Onlinejournalismus auch: Kann der Zeitungsredakteur nur bedingt nachvollziehen, was mit seiner Information geschieht, wie sie rezipiert wird und was sie auslöst, so ist die Reaktion auf den Beitrag des Onlinejournalisten unmittelbar. In angegliederten Foren, Chats und Kommentarleisten können die User (inter)aktiv in die Diskussion miteinander und mit dem Autor treten, welcher „zum Moderator mehr oder weniger sinnvoller Plaudereien, zum Organisator einer großen Pinnwand“ wird.¹¹² Diese Art von Moderation dürfte folglich eine weitere zukünftige Rolle des Journalisten

110 Vgl. Neuberger, Christoph: Das Ende des Gatekeeper-Zeitalters, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens, transcript, Bielefeld 2005, S. 207.

111 Vgl. Deuze, Mark: Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture, The Information Society, Vol. 22, No. 2, S. 63-75.

112 Meier, Klaus (Hg.): Internet-Journalismus, UVK, Konstanz 2002, S. 156.

in einer Welt sein, in der vielleicht nicht die Sichtschutzwände zwischen Produzent und Konsument, mindestens aber die Schallschutzbarrieren gefallen sind.

Auf der anderen Seite findet die Partizipation der digitalen Kultur über eine aktive Teilhabe nicht nur in einem dialogischen, sondern in einem kollaborativen Journalismus statt. Neben Wikinews als Extrembeispiel des kollektiven Schaffensprozesses sind Newscommunities wie Indymedia und Slashdot, aber auch und gerade die Weblogs, welche jedem Nutzer eine potenzielle Plattform bieten, um seine Botschaft an einen, wenige oder viele zu verteilen, erfolgreiche Konzepte, um die hierarchische Beziehung zwischen Massenkonsumenten und Produzenten aufzudröseln. Es entsteht ein prinzipiell gleichwertiger „*Producer*“,¹¹³ der sowohl schafft als auch verbraucht – und das zunehmend in einer Sphäre der Gleichzeitigkeit.

Hieraus – wie journalistisch ernst oder unernst man die Versuche partizipativer Mediennutzung auch nehmen mag – entstehen mindestens drei Konsequenzen für das etablierte System der Newsproduktion: Zunächst darf man behaupten, dass der traditionelle Journalismus (a) Interpretationshoheit und Öffentlichkeitsmonopol verlieren wird. *„Die Rolle dürfte sich [...] insofern wandeln, als der Gatekeeper nun nicht mehr so autoritär selektieren und die dem Publikum verfügbare Informationsmenge begrenzen kann.“*¹¹⁴ Stattdessen dürfte eher eine Art kollaborativen „*Gatewatchings*“ – also eine Methode der *„Nachkontrolle von Nachrichten, Veröffentlichungen und anderen Quellen auf der Outputebene, um wichtiges Material zu identifizieren sobald es verfügbar ist“*¹¹⁵ – das einstig autoritäre Gatekeeping auf Input-, Output- und Responseebene ersetzen. In Newscommunities ist dieses Prinzip ohnehin verwirklicht. Außerhalb

113 Bruns, Axel: *Gatewatching – Collaborative Online News Production*, Peter Lang, New York 2005, S. 23.

114 Neuberger, Christoph: *Renaissance oder Niedergang des Journalismus*, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): *Onlinejournalismus*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000, S. 39.

115 Bruns, Axel: *Gatewatching – Collaborative Online News Production*, Peter Lang, New York 2005, S. 17.

dieser übernehmen beispielsweise Watchblogs die Aufgabe gemeinschaftlicher Kontrolle – bestens bekannt im deutschen Sprachraum sind die Webseiten bildblog.de und medienrauschen.de.

Neben einer starken gesellschaftlichen Fragmentierung wird es als weitere Konsequenz (b) zu einer gesteigerten, reziproken Inhaltsmigration zwischen dem „citizen journalism“ und seinem etablierten Pendant kommen. Von professionellen Newsseiten hin zu den Open News ist dies ohnehin in überquellendem Maß gegeben und stellt den journalistischen Wert solcher Projekte in Frage. Aber auch umgekehrt dürfte der professionelle Journalismus Blogs und Newscommunities immer mehr als Quelle und ihre Nutzer als potenzielle Mikrokorrespondenten für sich entdecken. Spiegel Online nutzt dies mit zahlreichen Verweisen auf Blogs, MySpace-Communities oder YouTube-Podcasts bereits in wachsendem Maße – andere Nachrichtenseiten werden sich daran zweifellos ein Vorbild nehmen.

Zum dritten (c) wird sich die stilistische Offenheit der partizipativen Medien spürbar auf die Maßstäbe des klassischen Journalismus auswirken. Man wird sich beispielsweise fragen müssen, inwieweit Objektivität Bedingung oder Konstrukt einer industriellen Nachrichtenproduktion ist. Tatsächlich scheinen die typischen Ideale des Informationsjournalismus gewissen kommerziellen Imperativen einer Zeit geschuldet, in der es darauf ankam, die breite Masse, den Querschnitt der Bevölkerung zu erreichen, um steigende Absatzzahlen und eine ausreichende Refinanzierung zu gewährleisten.¹¹⁶ Geht man allerdings davon aus, dass die digitale Gesellschaft sich unter anderem auch durch das breitgefächerte Angebotspektrum im Internet weiter fragmentiert, so ist es mehr als ungewiss, ob Massenjournalismus – das typische Infotainment also – noch Erfolg haben kann. Die Ideale des Informationsjournalismus, Präzision und Neutralität, werden in erster Linie durch Authentizität, Transparenz und eine Vielfalt der Perspektiven ersetzt werden. Gerade die auf Subjektivität fundierte Authentizität dürfte eine faktisch basierte Glaubwürdigkeit ablösen. Transparenz dagegen gleicht den Verlust an Präzision aus und Multiperspektivität schafft eine Sphäre, welche auf Neutralität gänzlich verzichten kann.

116 Vgl. ebd., S. 308.

War es nämlich bisher Aufgabe des Journalisten, verschiedene Meinungen in seiner Berichterstattung einzuholen, um sie dann auf einen neutralen Nenner zu bringen, so geht diese Aufgabe nun an den Nutzer über. Ihm liegt die gesamte Palette an Fakten, Blickwinkeln und Meinungen vor, welche er unabhängig vom journalistischen Vermittler – dem Interface zwischen realem Geschehen und Verbraucher – selber einschätzen kann. Das Gesamtbild liegt somit nicht mehr auf der Zunge des Vermittlers, sondern im Auge des Betrachters. Und so dürfte sich der von dieser Aufgabe entbundene Journalismus mehr auf eine subjektive, dafür aber glaubwürdigere Einschätzung, auf die kolumnenhafte Generierung von Diskussionen und die Moderation konzentrieren. Daneben bleibt aber auch seine Stellung als Selektions- und Qualitätsinstanz unangetastet. Denn auch ein System, in dem jeder zu jeder Zeit alles veröffentlichen kann, bedarf mehr denn je einer kollektiv überwachten Steuerung. Genau in dieser Rolle dürfte sich der post-industrielle, post-analoge Journalismus des 21. Jahrhunderts wiederfinden.

5. Literatur

Bücher

- Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): *Onlinejournalismus*. Wiesbaden 2000.
- Bollmann, Stefan/Heibach, Christiane (Hrsg.): *Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur*. Mannheim 1996, S. 433 – 436.
- Brecht, Bertolt: *Gesammelte Schriften Bd. 18*. Frankfurt am Main 1967.
- Bruns, Axel: *Gatewatching – Collaborative Online News Production*. New York 2005.
- Coupland, Douglas: *Generation X. Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur*. München 1995.
- Flusser, Vilém: *Ins Universum der technischen Bilder, European Photography*. Göttingen 2000.
- Flusser, Vilém: *Kommunikologie*. Frankfurt am Main 2000.

- Gillmor, Dan: *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly 2006, als Onlineversion in: <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>, Zugriff: 04. August 2008.
- Halbwachs, Maurice: *Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen*. Berlin 1966.
- Kamps, Klaus (Hg.): *Elektronische Demokratie. Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen/Wiesbaden 1999.
- Kazienko, Przemysław/Adamski, Michał: *Personalized Web Advertising Method*. Berlin 2004.
- Lehmann, Kai et al. (Hg.): *Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens*, transcript, Bielefeld 2005.
- Levinson, Paul: *Digital McLuhan. A Guide to the Information Millenium*. London 1999.
- Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hg.): *Die neue Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden 2003.
- Löffelholz, Martin (Hg.): *Theorien des Journalismus*. Wiesbaden 2000.
- McLuhan, Eric et al.: *Essential McLuhan*. London 1997.
- McLuhan, Marshall: *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York 1964.
- Meier, Klaus (Hg.): *Internet-Journalismus*. Konstanz 2002.
- Möller, Erik: *Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. Hannover 2006.
- Rathgeber, Isabel: *Die Akzeptanz personalisierter Werbung. Grundlagen, Entwicklung und Möglichkeiten*. Saarbrücken 2007.
- Salam Pax: *Let's get bombed – Schöne Grüße aus Bagdad*. Berlin 2005.
- Schmidt, Jan: *Weblogs – Eine kommunikations-soziologische Studie*. Konstanz 2006.
- Thompson, Hunter S.: *Gonzo Generation – Das Beste aus den Gonzo Papers*. München 2007.
- Weischenberg, Siegfried et al. (Hg.): *Handbuch Journalismus und Medien*. Konstanz 2005.
- Wöhrle, Dieter: *Bertolt Brechts medienästhetische Versuche*. Köln 1988.

Artikel

- ARD-Forschungsdienst: *Journalismusforschung, Media Perspektiven* 7/2007, S. 353-358, in: <http://www.media-perspektiven.de/uploads/txmppublications/07-2007Fodi.pdf>, Zugriff: 28. März 2008.
- Blood, Rebecca: *Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media* (Nieman Reports 2003), in: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html, Zugriff: 26. Februar 2008.
- Bönisch, Julia: *Meinungsführer oder Populärmedium? Das journalistische Profil von Spiegel Online*, in: netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation, S. 50-58, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr-OnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.
- Brecht, Bertolt: *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat*, in: ders.: Gesammelte Schriften Bd. 18. Frankfurt am Main 1967, S. 117-134.
- Deuze, Mark: *Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture*, The Information Society, Vol. 22, No. 2, S. 63-75.
- Enzensberger, Hans Magnus: *Baukasten zu einer Theorie der Medien*, in: ders.: Kursbuch 20. Frankfurt am Main 1970.
- Esposito, Elena: *Der Computer als Medium und Maschine*, Zeitschrift für Soziologie (ZfS), Jg. 22, Heft 5 (1993), S. 338-354.
- Franck, Georg: *Aufmerksamkeit – die neue Währung*, in: <http://www.heise.de/bin/tp/issue/r4/dl-artikel2.cgi?artikelNr=2003&zeilenumbruch=on&zeilenlaenge=62&mode=html>, Zugriff: 24. März 2008.
- Kurtz, Howard: Jeff Jarvis, *On the Inside Blogging Out*, Washington Post, <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2005/05/29/AR2005052901075.html>, Zugriff: 04. August 2008.
- Lanier, Jaron: *Digital Maoism: The Hazard of the New Online Collectivism*, in: www.edge.org/3rdculture/lanier06/lanier06in dex.html, Zugriff: 17. Februar 2008.
- Lanier, Jaron im Spiegel-Gespräch mit Jörg Blech und Rafaela von Bredow: *Eine grausame Welt*, in: <http://www.spiegel.de/media/0,4906,14110,00.pdf>, Zugriff: 17. Februar 2008.
- Lehmann, Kai: *10 Jahre Online-Journalismus – Interview mit Markus Deggerich*, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): *Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens*, transcript, Bielefeld 2005, S. 229-235.

- Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten et al.: *Onlinejournalisten in Deutschland*, Media Perspektiven 10/2003, S. 477-486, <http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/10-2003Loeffelholz.pdf>, Zugriff: 27. März 2008.
- Löffelholz, Martin: *Perspektiven politischer Öffentlichkeiten. Zur Modellierung einer system- und evolutions-theoretischen Analyse*, in: Kamps, Klaus (Hg.): *Elektronische Demokratie. Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen/Wiesbaden 1999, S. 263-279.
- Lorenz-Meyer, Lorenz: *Trendanalyse: Wie werden sich die digitale Medienszene und der klassische Journalismus entwickeln?*, in: *netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation*, S. 43-49, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nrOnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.
- Lossen, Wiebke/Weischenberg, Siegfried: *Online-Journalismus: Mehrwert durch Interaktivität*, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): *Onlinejournalismus*. Wiesbaden 2000, S. 71-93.
- Lünenbürger-Reidenbach, Wolfgang: *Wie verändern Blogs und Blogger den Journalismus? Was bedeutet das für PR?*, in: *netzwerk recherche: Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation*, S. 97-102, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr-OnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.
- McLuhan, Marshall: *Address at Vision 65*, in: McLuhan, Eric et al.: *Essential McLuhan*. London 1997, S. 219-233.
- Neuberger, Christoph: *Das Ende des Gatekeeper-Zeitalters*, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): *Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld 2005, S. 205-213.
- Neuberger, Christoph: *Onlinejournalismus: Veränderungen – Glaubwürdigkeit – Technisierung*, Media Perspektiven 3/2003, S. 131-138, in: http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/03-2003_Neuberger.pdf, Zugriff: 27. März 2008.
- Neuberger, Christoph: *Renaissance oder Niedergang des Journalismus*, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin et al. (Hg.): *Onlinejournalismus*. Wiesbaden 2000, S. 15-48.
- Neuberger, Christoph et al.: *Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration*, Media Perspektiven 2/2007, S. 96-112, in: http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/02-2007_Neuberger.pdf, Zugriff: 27. März 2008.
- Plass, Christine: *Das große Vergessen. Datenschwind im digitalen Zeitalter*, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): *Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld 2005, S. 41-47.

- Popp, Manuela/Spachmann, Klaus: *Presse im Internet – Journalismus zwischen Kontinuität und Wandel*, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/ Löffelholz, Martin et al. (Hg.): *Onlinejournalismus*. Wiesbaden 2000, S. 139-151.
- Quandt, Thorsten: *Das Ende des Journalismus?*, in: Löffelholz, Martin (Hg.): *Theorien des Journalismus*. Wiesbaden 2000, S. 483-509.
- Quandt, Thorsten: *Journalismuswandel: (R)evolution der Kommunikationsstrukturen*, in: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hg.): *Die neue Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden 2003, S. 267-272.
- Quandt, Thorsten: *Vom Redakteur zum Content-Manager? Wandel des Journalismus im Zeichen des Netzes*, in: Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten (Hg.): *Die neue Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden 2003, S. 257-266.
- Quittner, Joshua: *Die Geburt eines völlig neuen Journalismus*, in: Bollmann, Stefan/Christiane Heibach (Hrsg.): *Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur*. Mannheim 1996, S. 433-436.
- Schietsche, Michael et al.: *10 Prinzipien der neuen Wissensordnung*, in: Lehmann, Kai et al. (Hg.): *Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld 2005, S. 17-33.
- Ulken, Eric: *Non-traditional sources cloud Google News results*, in: *Online Journalism Review* 19. Mai 2005, in: <http://www.ojr.org/ojr/stories/050519ulken/>, Zugriff: 24. März 2008.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja et al.: *Journalismus in Deutschland 2005*, *Media Perspektiven* 7/2006, S. 346-361, in: <http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/07-2006Weischenberg.pdf>, Zugriff: 27. März 2008.
- Wild, Christoph: *Wahrnehmungs- und Wirkungschancen von Radio- und Onlinewerbung*, *Media Perspektiven* 11/2007, S. 552-559, in: <http://www.mediaperspektiven.de/uploads/txmppublications/11-2007Wild.pdf>, Zugriff: 27. März 2008.

Studien und Interviews

- Chan, Anita J.: *Collaborative News Networks: Distributed Editing, Collectivization, and Construction of News on Slashdot.org*, *MSc Thesis, MIT 2002*, in: web.mit.edu/anita1/www/thesis/index.html, Zugriff: 06. Februar 2003.
- Lenhart, Amanda/Fox, Susannah: *Bloggers. A portrait of the internet's new storytellers*. *Pew Internet & American Life Project*, 19. Juli 2006, in: www.pewinternet.org/

pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf
, Zugriff: 7. Februar 2007.

Moore, Neal G.: *Interview mit Jeff Jarvis*, in: Assignment Zero, <http://zero.newassignment.net/filed/jeffjarvisinterviewnealmoore>, Zugriff: 04. August 2008.

netzwerk recherche: *Online-Journalismus – Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation*, S. 50-58, <http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nrOnlineJournalismus.pdf>, Zugriff: 24. März 2008.

Schmidt, Jan/Wilbers, Martin: *Wie ich blogge?!*, Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 06-01, Bamberg 2006, in: <http://www.fonkbamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>, Zugriff: 27. März 2008.

Bayer, Norbert: *Revoluzzer aus dem Netz*, Interview mit Jeff Jarvis in: Die Zeit, 01.05.2008 Nr. 19, <http://www.zeit.de/2008/19/InformierenInterviewJarvis?page=all>, Zugriff: 04. August 2008.

Internet

http://dear_raed.blogspot.com, Zugriff: 27. März 2008.

<http://de.indymedia.org/> bzw. www.indymedia.org, Zugriff: 24. März 2008.

<http://de.wikinews.org>, Zugriff: 24. März 2008.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Gr%C3%B6%C3%9Fenvergleich>, Zugriff: 25. März 2008.

<http://lifewithalacrity.blogs.com/photos/uncategorized/evolution.jpg>, Zugriff: 24. März 2008.

<http://slashdot.org/about.shtml>, Zugriff: 27. März 2008.

news.google.de/intl/dede/aboutgooglenews.html, Zugriff: 24. März 2008.

web.mit.edu/anita1/www/thesis/index.html, Zugriff: 06. Februar 2003.

www.bildblog.de, Zugriff: 27. März 2008.

www.buzzmachine.com, Zugriff: 04. August 2008.

www.dailyme.com/online-newspapers-world-news.php, Zugriff: 24. März 2008.

www.deutscheblogcharts.de, Ausgabe 12/2008 vom 19. März, Zugriff: 25. März 2008.

www.drudgereport.com und <http://www.drudgereportarchives.com>, Zugriff: 27. März 2008.

www.edge.org/3rdculture/lanier06/lanier06index.html, Zugriff: 17. Februar 2008.

www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf, Zugriff: 27. März 2008.

www.gonzo.org/articles/lit/esstwo.html, Zugriff: 25. März 2008.

www.google.de/intl/de/whyuse.html, Zugriff: 24. März 2008.

www.heise.de/bin/tp/issue/r4/dlartikel2.cgi?artikelNr=2003&zeilenumbruch=on&zeilenlaenge=62&mode=html, Zugriff: 24. März 2008.

www.media-perspektiven.de, Zugriff: 27. März 2008.

www.netzeitung.de/mynz/gt/1-1.html, Zugriff: 27. März 2008.

www.netzwerkecherche.de/dokumente/nrOnlineJournalismus.pdf Zugriff: 24. März 2008.

www.ojr.org, Zugriff: 24. März 2008.

www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf, Zugriff: 7. Februar 2007.

www.rebeccablood.net, Zugriff: 26. März 2008.

www.spiegel.de/media/0,4906,14110,00.pdf, Zugriff: 17. Februar 2008.

www.spiegel.de/panorama/justiz/0,1518,516038,00.html, Zugriff: 27. März 2008.

www.spiegel.de/panorama/0,1518,541257,00.html, Zugriff: 27. März 2008.

www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,537719,00.html, Zugriff: 27. März 2008.

www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/B18DDD6F2CF8FE71C1256F5F00350BD0?OpenDocument, Zugriff: 18. März 2008.

www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2005/05/29/AR2005052901075.html, Zugriff: 04. August 2008.

www.zeit.de/2008/19/Informieren-Interview-Jarvis?page=all, Zugriff: 04. August 2008.

Bisher erschienen in der Reihe AVINUS Magazin Sonderedition:

Nr. 1 / 2008 – Weber, Thomas: „Das komische Ding. Eine mediologische Analyse der Inszenierung von Objekten und Maschinen“, ISBN 978-3-930064-93-9, S. 15, 8,00 EUR.