

Expertengespräch zum Thema Online-Journalismus

Fragenkatalog

1) Wie lässt sich Online-Journalismus definieren? Wie wird sich der Online-Journalismus – auch hinsichtlich seiner Nutzung – entwickeln?

Online-Journalismus lässt sich definieren als aktuelle, öffentliche Medienkommunikation, die von Berufskommunikatoren in einem organisatorischen Kontext (z.B. Redaktionen) unter ökonomischen, rechtlichen, technischen und ethischen Rahmenbedingungen erbracht wird, sich an ein disperses Publikum richtet und sich hierbei des technischen Verbreitungsmediums Internet bedient (vgl. etwa Weischenberg 1998). Die Funktion des (Online-)Journalismus kann in der Her- und Bereitstellung von aktuellen Themen für die öffentliche Kommunikation gesehen werden (Synchronisations- und Selbstbeobachtungsfunktion) (Rühl 1980, Görke 1999). Angebote zur öffentlichen Kommunikation, die diese Kriterien nicht oder nur teilweise erfüllen, kann man als öffentliche Kommunikation bezeichnen und fallweise zur Peripherie des Journalismus zählen. Weblogs dagegen, die bestimmte journalismusspezifische Leistungen erbringen, gehören zum Journalismus (Neuberger).

Online-Journalismus und klassischer Journalismus stehen zueinander in einem Komplementärverhältnis. Das heißt auch: Online-Journalismus wird den klassischen Journalismus auf absehbare Zeit nicht verdrängen. Die Nutzung von Online-Journalismus wird zunehmen, aber wohl auch seine Anfälligkeit für Krisen. Denn: Online-Journalismus wie auch deren Nutzer fokussieren vor allem auf spezifische Stärken des Systems Journalismus (Aktualität, Schnelligkeit), andere Stärken des Journalismus lassen sich in anderen Verbreitungsmedien (Print, Hörfunk, TV) besser ausspielen (z.B. investigative, zeit-rechercheaufwändige Hintergrund-Berichterstattung).

2) Wie kann man seriösen Online-Journalismus und auch seriöse journalistische Blogs abgrenzen von anderen Formen der Kommunikation im Internet, beispielsweise in Blogs und in Foren?

Versteht man ‚Seriosität‘ nicht ausschließlich als rein normative Kategorie, kann man sie als dynamische Relation zwischen den Produzenten öffentlicher Kommunikation (z.B. Journalismus) und dem Publikum (genauer: verschiedene Publika) begreifen. Dynamik meint in diesem Zusammenhang auch die Möglichkeit, dass die Relation zum einen auf Vorerfahrungen und Mediensozialisation aufsetzt, sich aber zum anderen im Zeitverlauf und beobachterrelativ auch

verändern kann. Unterschiedliche Publika werden unterschiedliche Medienangebote und Angebote für die öffentliche Kommunikation für unterschiedlich ‚seriös‘ oder auch vertrauensvoll halten. Faktoren, die hierbei eine Rolle spielen, sind faktische Richtigkeit (Glaubwürdigkeit), Themenselektivität (Neuigkeit, Relevanz), Faktenselektivität (Orientierung), explizite Bewertungen (normative Dimension) sowie Situation (Alltag- vs. Krisensituation) (vgl. z.B. Kohring 2004) Werden diese Kriterien als nur schwach oder gar nicht ausgeprägt wahrgenommen, erodiert die Zuschreibung von Seriosität respektive Vertrauen in öffentliche/journalistische Kommunikation.

3) Wie verändern die Blogs die „tradierte“ Medienlandschaft?

Blogs stehen in erster Linie für eine gesellschaftliche Veränderung der kulturellen Unterscheidung privat vs. öffentlich. Indem vieles oder manches, was zuvor als privat erachtet wurde, nun öffentlich wird, verändert sich die öffentliche Kommunikation (aber nicht zwingend die Medienlandschaft, insofern dieser Begriff auf organisierte Sozialsysteme wie Journalismus oder Unterhaltung rekurriert). Zutreffend ist indes wohl, dass z.B. Journalismus auf Veränderungen der öffentlichen Kommunikation reagiert, indem er diese thematisiert oder aber selbst Blogs einsetzt, um Leser, Zuhörer, Zuschauer an das Medium zu binden. Aufmerksamkeit fanden in jüngster Zeit vor allem die so genannten Watchblogs, die als eine Art Selbstbeobachtung des journalistischen Systems – sozusagen als Journalismusjournalismus - bestimmte Medienangebote beobachten und dies wiederum journalistisch aufbereiten. Ein Beispiel dieser journalistischen Selbstbeobachtung ist das BILD-Blog, welches – unabhängig von der gedruckten Ausgabe – die Bildzeitung und ihre journalistische Sicht der Welt kritisch begleitet. In diesem Sinne können Blogs journalistischer Organisationen als Erweiterung der journalistischen Angebotspalette verstanden werden. Für die weit überwiegende Mehrheit aller Blogs ist ein Einfluss auf die Veränderung der Medienlandschaft höchst unwahrscheinlich.

4) Was ist der Nährboden für diese Form des “grass-root journalism“? Welche Auswirkungen gibt es für den kommunikativ vermittelten öffentlichen Raum und die klassischen Medienangebote, wenn jeder bloggt?

Menschen beobachten ihre Umwelt und kommunizieren über diese Beobachtungen mündlich und schriftlich. Nur die technischen Verbreitungsmedien, die die hierfür zur Verfügung stehen, ändern sich. Blogs bieten so gesehen, eine ideale Möglichkeit, eigene Beobachtungen (durchaus unabhängig von journalistischem bzw. gesellschaftlichem Relevanz- und Neuigkeitswert) öffentlich (auch wenn die meisten dieser Öffentlichkeiten $n < 20$ ausfallen) zu kommunizieren. Blogs sind deshalb nicht zwingend grass-roots-journalism, sondern vielleicht

eher Ausdruck einer menschlichen Konstante, sich ausdrücken zu wollen. Etwas anders sieht dies hinsichtlich der sogenannten A-Blogger aus, die bezeichnenderweise zumeist einen journalistischen Hintergrund haben oder gehabt haben. Hierbei handelt es sich in der Tat um eine Form des Graswurzeljournalismus, der sich als zum Teil sehr attraktive Peripherie um den Kernbereich des Journalismus herausgebildet hat.

5) Können möglicherweise insbesondere Redaktionen, gerade im internationalen Bereich, davon profitieren, weil diese Form der Kommunikation eine Basis für eine freiere internationale Kommunikation bietet?

Integrierte Blogs im Rahmen online-journalistischer Angebote, können sich durchaus als Gewinn in punkto Internationalisierung bzw. Globalisierung des Journalismus auswirken. Gleiches gilt aber auch schon für die journalistische Beobachtung anderer (Auslands-)Medien – wie sie etwa von Qualitätszeitungen (NY Times, Washington Post, FAZ, SZ) oder Nachrichtenmagazinen (Spiegel, Spiegel online) realisiert wird. Blogs bieten hierzu ein Pendant auf Rezipientenebene. Die journalistische Beobachtung von Blogs kann auch dort von Vorteil sein, wo die Beobachtung der journalistischen Angebote für Medien westlichen Typs aufgrund eines wenig freien bis gänzlich unfreien Mediensystems (z.B. China, Burma, Iran) vergleichsweise unattraktiv ist.

6) Wie bewerten Sie den gegenwärtig zu beobachtenden Wandel des Journalismus – nicht zuletzt aufgrund der neuen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten?

Wie kann trotz der zunehmenden Beschleunigung im Online-Journalismus Qualität und Verlässlichkeit von Informationen sichergestellt werden? Inwiefern ist dies im „Wettlauf gegen die Zeit“ überhaupt noch möglich?

Wenn sich die Gesellschaft wandelt, wandelt sich auch der Journalismus. Daran ist erst einmal nichts Dramatisches. Anders ist ein Journalismus auf der Höhe der Zeit auch nicht denkbar. Die neuen technischen Informationsmöglichkeiten führen zu einer Beschleunigung bestimmter Bereiche des Journalismussystems (z.B. Online-Journalismus). Das wird auch dazu führen, dass sich andere Felder des Journalismussystems, die sich anderer Verbreitungsmedien bedienen, stärker auf ihre Stärken besinnen, die mit Beschleunigung allein nicht zu erreichen sind. In den USA etabliert sich z.B. gegenwärtig ein Angebot, das vor allem auf (zeitintensiven) investigativen Journalismus setzen will. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass man künftig sich auf ein Journalismussystem einzurichten hat, in dem mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten gearbeitet wird. Auch das ist nicht grundsätzlich neu (wohl aber die Auswirkungen auf das fertige/unfertige Produkt.) Welcher Journalismus sich bis zu welchem Grad durchsetzt (ohne die anderen gänzlich zu verdrängen) hängt auch von

Medienunternehmen (z.B. ihren ökonomischen Erwägungen), den Nutzern und rechtlichen wie gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ab. In jedem Fall wird der technisch induzierte Wandel auch durch weitere Trends, die ebenfalls etwas mit dem Wandel der Gesellschaft zu tun haben (z.B. Hybridisierung, Entertainisierung, Globalisierung, Deprofessionalisierung) flankiert. Im Zusammenspiel dieser Trends entscheidet sich auch, ob und inwiefern es Journalismus gelingt, sich dann und wann auch zu entschleunigen (z.B. Berichterstattung über den Irak-Krieg).

7) Wie kann man die seriöse und fundierte Berichterstattung schützen und möglicherweise als solche kenntlich machen?

Politik kann hier allenfalls Rahmenbedingungen schaffen, in dem Sinne, dass Anreize für eine intensive tiefgründige und seriöse Berichterstattung geschaffen werden. Stiftungen könnten Preise für qualitätsvollen politischen, wirtschaftlichen oder wissenschaftlichen Journalismus ausloben (dies geschieht ja auch schon z.B. Grimme-Preise). Bildungs- und Hochschulpolitiker könnten die Einrichtung entsprechender Studiengänge begleiten (z.B. an der FU Berlin MA Politische Kommunikation und Medien) oder Professuren initiieren (ohne die Autonomie der Hochschulen dabei zu missachten) (z.B. Professur für investigativen Journalismus). Verlage und Medienunternehmen könnten ihre ‚seriöse‘ Berichterstattung als Marke begreifen u.v.m. Von einer Kennzeichnungspflicht oder einem (möglichst auch noch farblich gestalteten) Gütesiegel halte ich dagegen wenig. Dies geht auch an der Beobachterrelativität der Nutzer vorbei. Schließlich bliebe auch zu fragen, wer letztlich ein solches Gütesiegel – und anhand welcher Kriterien – vergeben oder ggfs. auch wieder aberkennen sollte.

8) Einige Wissenschaftler sprechen von einem erneuten Strukturwandel der Öffentlichkeit? Teilen Sie die Einschätzung und, falls ja, was sind die Merkmale dieses neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit?

Soll mit dieser Formulierung (Strukturwandel der Öffentlichkeit) ein distinkter Unterschied mit Blick auf die aktuelle Moderne suggeriert werden, hielte ich sie für überzogen. Durchaus im Habermas'schen Sinne kann man aber sagen, dass die Öffentlichkeit grundsätzlich dynamisch strukturiert ist (siehe auch Antwort Frage 6). Kurz gesagt: Ein evolutionärer Strukturwandel der Öffentlichkeit findet jeden Tag statt. Übrigens nicht immer so nachhaltig und gravierend wie mancher wissenschaftliche Beobachter es gern hätte. Die Vielzahl von Bindestrichgesellschaften (z.B. Medien-, Informations-, Wissens-, Freizeit-, Erlebnis-, Organisations-, Fingerspitzen-gesellschaft) sind dafür genauso ein Beispiel wie die vergangene Zukunft des Online-Journalismus (siehe etwa Quandt 2004).

9) Falls es sich bei diesen Entwicklungen tatsächlich um einen strukturellen Wandel des Journalismus – hin zum Journalismus 2.0 – handelt, welche Folgen hat dieser strukturelle Wandel, insbesondere für den politischen Journalismus?

Ausweislich von Befunden der TV-Programmforschung sinkt der Anteil der politischen Informationen in den Vollprogrammen insgesamt leicht ab. Dies ist ein Trend, der seit einigen Jahren stabil ist (mit Einführung des Dualen Rundfunksystems, die eigentlich das Gegenteil bewirken sollte), aber nicht ursächlich (allein) etwas mit einem strukturellen Wandel des Journalismus zu tun hat. Ökonomisierung, Publikumsorientierung und Politik(er)verdrossenheit, Invisibilisierung und Komplexität von politischer Entscheidungsfindung u.v.m. spielen hierbei auch eine Rolle. Unter denselben mediensystemischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kann es aber auch zu einem Boom von Informationssendungen in anderen Bereichen kommen. Ein Beispiel hierfür ist etwa der Bereich der Wissenschaftsberichterstattung. Dieser Boom wird indes auch durch eine Ausdifferenzierung des Angebotes (z.B. Hybridisierung, Entertainisierung, Fiktionalisierung, Entgrenzung zwischen Journalismus und PR) und eine eventuelle Fragmentierung des Publikums gleichsam erkauft. Ähnliches ist auch für politischen Journalismus vorstellbar, einzelne Formate werden zurzeit evolutionär erprobt. Den Terminus Journalismus 2.0 halte ich aus verschiedenen Gründen (siehe hierzu Fragen 6 und 8) eher für einen Modebegriff, der in etwa so aussagefähig ist wie Politik 2.0, Wissenschaft 2.0, Religion 2.0, Kunst 2.0 oder Kita 2.0. Unter Umständen wird dadurch sogar verdeckt, dass die Bedeutung des klassischen Journalismus als Adressat von Orientierungserwartungen künftig eher noch steigen wird, weil er wie kaum ein anderes Sozialsystem der Gesellschaft in der Lage ist, Komplexität sinnvoll zu reduzieren.

10) Wie bewerten Sie die These, dass hochwertige Onlineangebote unmöglich sind, solange journalistische Inhalte im Internet kostenfrei zur Verfügung gestellt werden?

Diese Aussage ist eventuell zu kategorisch. Zutreffend ist aber wohl auch, dass Journalismus, der sich (auch oder gar hauptsächlich) durch sein Angebot und nicht nur durch die Zugänglichmachung von Werbezeiten oder Werbeflächen finanziert, unabhängiger und besser dasteht, als ein Journalismus, der sich allein durch Werbung finanzieren muss. Für letzteren gilt: Jede Krise des Werbesystems oder des Werbemarktes mutiert umstandslos zu einer Krise des Journalismus (wie gut sein Angebot auch immer sein mag). Vielleicht kann man die obige These wie folgt verändern: Die Erwartung seitens des Publikums, journalistische Inhalte im Internet kostenfrei zur Verfügung gestellt zu bekommen, stellt keinen Anreiz für das Journalismussystem dar, Premium-Onlineangebote zu entwickeln (siehe hierzu auch die Erfahrungen der NY Times).

11) Welche Auswirkungen hat ein Angebot wie BILDblog auf die redaktionelle Gestaltung der „gedruckten“ Version?

BILDblog ist ein medienjournalistisches Angebot. Genauer könnte man auch von Journalismusjournalismus (Malik 2004) sprechen. Dieser hat es traditionell nicht ganz leicht, weil sich die journalistische Fremdbeobachtung (anderer journalistischer Angebote) unter Konkurrenzbedingungen leicht einem Motivverdacht aussetzt. Funktional betrachtet ist Journalismusjournalismus eine sehr wirksame Maßnahme zur journalistischen Qualitätssicherung – insbesondere in Krisenzeiten (z.B. Irak-Berichterstattung) oder in Zeiten eines Wandels journalistischer Systemstrukturen und Systemwerte. In diesem Sinne hat auch BILDblog seinen Platz. Die mancherorts gehörte Einschätzung, Blogs könnten so etwas wie die 5. Gewalt darstellen (welche die Medien kontrolliert), halte ich für überzogen.

12) Sehen Sie politischen und rechtlichen Handlungsbedarf, beispielsweise mit Blick auf die verfassungsrechtlich garantierten Medienfreiheiten, die Zeugnisverweigerungsrechte, die Presseausweise und die Berufsausbildung des grundsätzlich offenen Berufes eines Journalisten oder einer Journalistin?

Journalismus ist auf eine offene Gesellschaft angewiesen genauso wie eine offene Gesellschaft auf einen unabhängigen Journalismus angewiesen ist. Dies sollte gerade in Zeiten, in denen die offene Gesellschaft von Extremisten (gleich welcher Couleur) bedroht wird, nicht in Vergessenheit geraten. Während sich die offene Gesellschaft im Prinzip wohl nur selber nachhaltig gefährden kann, gilt dies für den Journalismus nicht. In diesem Sinne ist etwa insbesondere ein kritischer, qualitätsvoller und investigativer Journalismus entscheidend auf das Zeugnisverweigerungsrecht angewiesen, wohingegen ein Journalismus extra light à la google news davon nicht berührt wird. Dies sollte insbesondere Politikern zu denken geben, die an einer lebendigen und zuweilen auch kritischen Öffentlichkeit interessiert sind. In diesem Sinne scheint mir eher ein äußerster Zurückhaltungsbedarf angezeigt. Dies gilt grundsätzlich auch für die Frage von Online-Durchsuchungen (z.B. Bundestrojaner), die Bespitzelung oder Überwachung von Journalisten oder ihrer Informanten oder andere Maßnahmen, die diskutiert werden.

13) Wie weltumspannend ist das „globale Dorf“ – beispielsweise vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen in Burma im vergangenen Jahr oder derzeit in China und Tibet – tatsächlich und welche Chancen bieten diese neuen Formen der journalistischen Kommunikation, Einschränkungen der Presse- und Rundfunkfreiheit auszuhebeln?

Journalismus ist als Metronom der Weltgesellschaft zu betrachten. Die journalistische Synchronisationsfunktion leistet aber keine temporale Vollinklusion anderer gesellschaftlicher Beobachter. Weltöffentlichkeit kann aber bedeuten, dass die Art, die Frequenz und die Verdichtung jener Irritationen zunehmen und dass sich die Beobachter von Weltöffentlichkeit darauf einzustellen beginnen. Hierzu braucht es dann keine Ausnahmeereignisse mehr wie die Anschläge in Madrid, New York oder London. Hierfür reichen auch schon die Fälschung von Forschungsergebnissen über das (vermeintliche) Klonen von Menschen, der Abdruck von islamkritischen Karikaturen in einer dänischen Tageszeitung mittlerer Größe, die Titanic-Satire über die Suche nach der verschwundenen Maddy oder Nachrichten über bleihaltige Spielzeugwaren aus China, die die Verbraucher weltweit beunruhigen. Gelegentlich wird versucht, das Argument, dass sich auch jenseits von (transnationalen) Krisen, Konflikten und Katastrophen globale Themen ergeben, über die Journalismus berichtet und Weltöffentlichkeit generiert, nicht selten unter Verweis auf die national-kulturelle Domestizierung von Themen, (hastig) auszukontern. Bei näherer Betrachtung, und das heißt unter Verweis auf die Sinnstruktur von Themen, verbirgt sich hinter dieser Beobachtung jedoch ein handfestes Argument für die zunehmende (und keineswegs vollendete) Herausbildung von Weltöffentlichkeit. Da Themen Beiträge und Beiträger selegieren (und nicht umgekehrt), ist schon dann ein nicht zu unterschätzendes Maß an Weltöffentlichkeit erreicht, wenn (unbeschadet der Domestizierung von Beiträgen und Beiträgern) in verschiedenen (zu unterstellenden) Nationalgesellschaften über dieselben Themen diskutiert und gestritten wird. Noch grundsätzlicher lässt sich der Gedanke einer Weltöffentlichkeit unter Verweis auf die Evolution der (nationalen) Journalismus- und Mediensysteme begründen wie auch durch den Umstand dass die rechtlichen, technologischen und ökonomischen Kontextbedingungen dieser Systeme längst transnational konturiert werden (vgl. Görke 2008).

14) Welche Gefahren ergeben sich – vor dem Hintergrund der vielfältigen Einschränkungen der Medien- und Pressefreiheit, welchen sich auch unabhängige Weblogs sowie Mediennutzer und Journalisten gegenüber sehen -, wenn es gelingt, den Zugang zum Internet grundsätzlich zu kontrollieren? Teilen Sie die Einschätzung, dass derjenige, der den Zugang zum Internet kontrolliert, die Inhalte gar nicht erst überprüfen muss, sondern direkt verhindern kann, dass diese erst entstehen oder wahrgenommen werden?

Die Möglichkeit einer grundsätzlichen und umfassenden Kontrolle des Internets halte ich für sehr unwahrscheinlich. Selbst wenn dies gelingen würde, könnten Journalismus und Weltöffentlichkeit immer noch auf andere technische Verbreitungsmedien ‚zurückschalten‘, wengleich dies einen Aktualitätsverlust zur Folge hätte und es Schatten oder „blinde Flecken“

bei der Berichterstattung gäbe. Das heißt auch: Journalismus und Weltöffentlichkeit sind nicht prinzipiell auf das Internet angewiesen.

15) Was sind aus Ihrer Sicht die möglichen Folgen und politischen Herausforderungen dieser Entwicklungen, beispielsweise mit Blick auf die immer wichtiger werdende Medienkompetenz?

Dass die Medienkompetenz unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen möglichst schon in den Grundschulen spätestens aber an den weiterführenden Schulen durch entsprechende Unterrichtsangebote gestärkt und entwickelt werden sollte, dürfte ziemlich unstrittig sein. Mit Blick etwa auf die Verkürzung der Schulzeit und die Vermehrung der potentiellen Lehrangebote allgemein, stellt sich allerdings – nicht erst unlängst – das Problem, auf welche anderen Inhalte man glaubt verzichten zu können und wer Medienpädagogik an Schulen bezahlen soll. Das ist eine endlose Debatte, die auf absehbare Zeit m.E. nicht zu einem Ergebnis führen wird.

16) Wie lassen sich Identität, Authentizität und Qualität der neuen Journalismusangebote sicherstellen?

Mit Blick auf die strukturellen Bedingungen, unter denen Journalismusangebote im Kernbereich wie in der Peripherie operieren, halte ich Assoziation von Online und Qualität nicht eben für zwingend. Ohne dass Nutzer für das Angebot bezahlen (und nicht eben nur Werbeerlöse), wird es schwer, im Onlinebereich jene Ressourcen bereit zu stellen, die für Qualitätsjournalismus und Qualitätssicherung (über einen längeren Zeitraum) notwendig sind. Koppelgeschäfte (als Alternative zu direkten Werbeeinnahmen) bedeuten das Risiko einer zunehmenden Entgrenzung von Journalismus auf der einen und PR/Öffentlichkeitsarbeit sowie Werbung auf der anderen Seite. Auch andere Alternativen wie die Querfinanzierung (durch Print oder TV) sind nur mittelfristig zu erbringen, wenn ein journalistischer Mehrwert von Online-Angeboten ausbleibt (z.B. größere Interaktivität, Publikums- und Leserbindung). Das gilt auch für die journalistische Selbstaubeutung. Faktisch ist ja niemandem verwehrt, ein authentisches, qualitätsvolles journalistisches Online-Angebot zu machen. Die Realität aber ist vielfach eher durch „Nachrichtenveredelung“ als durch kreatives eigenes Schreiben und Recherchieren geprägt (z.B. auch Monokultur der Darstellungsformen). Hinzukommen eine hohe Arbeitsbelastung bei gleichzeitig geringerem Ansehen (im Vergleich zu TV-, Print-, Hörfunkjournalisten) und schlechterer Bezahlung. Tricks, mit denen versucht wird, die Klicks (vulgo: die Quote) zu steigern (Gewinnspiele, Tests, Fragmentierung von Texten, Bildgalerien), sind auch nicht unbedingt geeignet, im Online-Bereich den Hort journalistischer Kompetenz zu vermuten.

17) So genannte Total-Buyout-Verträge für Journalistinnen und Journalisten sind inzwischen bei nahezu allen Zeitungsverlagen an der Tagesordnung. Mit der Unterzeichnung solcher Verträge werden nahezu alle Verwertungsrechte, über die ein Urheber verfügt, an die Verlage abgetreten. Die Digitalisierung bringt es mit sich, dass Artikel nicht mehr nur in der Print-Ausgabe sondern auch Online oder auf zusätzlichen CDs und DVDs veröffentlicht oder in Datenbanken vorgehalten werden. Wie sieht die Praxis hinsichtlich der Ausschüttung der Vergütungen für die Zweitverwertung durch die Verlage aus? Hat sich die Vergütung für die Urheber durch die Mehrfachnutzung auch erhöht?

Eine Folge dieser Praxis dürfte sein, dass vor allem freie Journalisten unter Druck geraten. Freier Journalismus wird zunehmend ökonomisch schwieriger, sodass viele freien Journalisten immer mehr PR-Tätigkeiten übernehmen, für die sie besser bezahlt werden. Die 2005 durchgeführte Studie „Journalismus in Deutschland“ (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006) hat herausgefunden, dass der Anteil hauptberuflich freier Journalisten abnimmt, was den Schluss zulässt, dass immer weniger freie Journalisten (ausschließlich) von journalistischer Tätigkeit leben können, dass also ein Rollenmix von PR und Journalismus stattfindet, der ebenfalls zur Entdifferenzierung und Deprofessionalisierung (hier: auf Personenebene) beiträgt.

18) Wie bewerten Sie angesichts des Wandels im Journalismus die Situation bei den Suchmaschinenanbietern, insbesondere vor dem Hintergrund der gebotenen Unabhängigkeit?

Die Macht der Suchmaschinen ist nicht zu unterschätzen, zumal es immer weniger von ihnen gibt, kaum ein Nutzer an ihnen vorbei kommt und oft zu wenig transparent ist, wie Suchergebnisse zustande kommen. Letztlich kommt es aber in der digitalen Welt auf die Auffindbarkeit im weltweiten Netz an – und hier werden die Monopolstrukturen der Suchmaschinen zunehmend problematisch. Mit dem Angebot von ‚Nachrichten‘, die nicht redaktionell selektiert, sondern auf der Basis von Suchalgorithmen (gleichsam parasitär) zusammengeklaut werden, versucht etwa Google News nun auch auf dem Terrain des Journalismus zu wildern, ohne an dessen Kompetenz heranzureichen. Den Nutzen, den eine politisch interessierte Öffentlichkeit von einem derartigen Angebot haben kann, sehe ich nicht. In diesem Sinne spricht nichts dagegen, dass sich Suchmaschinen auf ihre Kernkompetenz beschränken oder auf diese rechtlich beschränkt werden. Wenn sie daneben auch ein journalistisches Online-Angebot machen, sollte ihnen dies freigestellt sein, so lange beide strikt entkoppelt sind.

Literaturangaben

- Görke, Alexander (1999): Risikojournalismus und Risikogesellschaft. Sonderung und Theorieentwurf. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Görke, Alexander (2008): Die Gleichzeitigkeit des Verschiedenen, Nation und Weltgesellschaft als Referenzgrößen des Journalismus. In: Pörksen, Bernhard/ Loosen, Wiebke/ Scholl, Armin (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS: 269-296.
- Malik, Maja (2004): Journalismusjournalismus. Funktion, Strukturen und Strategien der journalistischen Selbstthematization. Wiesbaden: VS.
- Neuberger, Christoph (2008): Die Allgegenwart des Widerspruchs. Paradoxien der Kommunikation, Rezeption und Vermittlung im Medienwandel. In: Pörksen, Bernhard/ Loosen, Wiebke/ Scholl, Armin (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS: 37-61.
- Quandt, Thorsten (2004): Journalisten im Netz. Eine Untersuchung journalistischen Handels in Online-Redaktionen. Wiesbaden: VS.
- Rühl, Manfred (1980): Journalismus und Gesellschaft. Sondierung und Theorieentwurf. Tübingen: Mohr.
- Weischenberg, Siegfried/ Malik, Maja/ Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland, Konstanz: UVK.