

Ungenutzte



Quelle: Tom Woodward/flickr.de

Es hat sich viel getan, seit es Online-Journalismus gibt – aber längst nicht genug!

Möglichkeiten

20 Jahre Online-Journalismus: Der Journalismus ist im Kern gleich geblieben, aber er steht unter dem Druck der Beschleunigung; nur wenn er sich anpasst und neu erfindet, erreicht er Tiefe.

VON THOMAS SCHULER

Fünfehn bloggenden Journalisten in Deutschland platzte im September 2009 der Kragen. Es werde einfach so viel Unsinn über Online-Journalismus erzählt, klagten sie. Angestoßen von Mario Sixtus, forderten sie die Erklärungshoheit über das, was man Online-Journalismus nennt.

Mercedes Bunz, Robin Meyer-Lucht, Stefan Nigemeier, Sascha Lobo, Thomas Knüwer und andere formulierten 17 Thesen, die sie als Manifest veröffentlichten. Eine davon lautet: Medien »haben die Pflicht, auf Basis der zur Verfügung stehenden Technik den bestmöglichen Journalismus zu entwickeln.« Eine andere: »Durch das Internet kann der Journalismus seine gesellschaftsbildenden Aufgaben auf neue Weise wahrnehmen. Dazu gehört die Darstellung der Information als sich ständig verändernder fortlaufender Prozess; der Verlust der Unveränderlichkeit des Gedruckten ist ein Gewinn. Wer in dieser neuen Informationswelt bestehen will, braucht neuen Idealismus, neue journalistische Ideen und Freude am Ausschöpfen der neuen Möglichkeiten.«

Traum oder Alptraum?

Die Replik gaben Wolf Schneider und Paul-Josef Raue in ihrem »neuen Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus«: Das Internet mache zwar den »alten Traum der Unendlichkeit von Raum und Kommunikation« wahr, weil jeder zu jedem Thema soviel schreiben wie er will, zudem, weil Leserbeteiligung im Internet gang und gäbe sei, während Zeitungen Einbahnstraßen seien. Aber dieser Traum wandle sich schnell zu einem Alptraum, denn die meisten Leser suchten im Internet nicht Information, sondern Zerstreuung und Unterhaltung: »Der Dialog im Internet besteht zum Großteil aus Schwachsinn oder Dampfplauderei, er kostet mehr Zeit als er Gewinn bringt.«

Traum oder Alptraum? Die Blogger beschrieben, wie Online-Journalismus sein könnte, wenn Journalisten ihn ernst nähmen. Warum aber wirkt Journalismus im Internet oft minderwertig, wie Raue und Schneider behaupten? Getrieben durch die Sucht nach billigen Klicks? eher dem Boulevard und dem Seichten zugetan als dem neuen Blick und dem klugen Argument? Thorsten Denkler, einer der ersten Online-Korrespondenten in der Hauptstadt, zuerst für *Spiegel Online*, später für *Süddeutsche.de*, sagte einmal, Online-Journalismus zwingt zu schnellen, provokanten Urteilen (*Der Spiegel*, 10. Januar 2011). »Nur mit steilen Thesen bekommt man hier Aufmerksamkeit.« Die ausgeruhte politische Analyse funktioniert im Netz nicht.

Wer nichts Aufregendes zu bieten habe, werde nicht angeklickt. Das führt zu Zuspitzungen, die oft absurde Züge tragen: Journalisten fallen von einem Extrem ins andere, um aufzufallen. Am Ende kann sie niemand mehr ernst nehmen.

Was ist Wunsch und was Wirklichkeit nach zwanzig Jahren Online-Journalismus? Hat sich der Journalismus verbessert seit es Online-Journalismus gibt? Können wir überhaupt von zwanzig Jahren Online-Journalismus reden – oder geht es um Journalismus light, der online zu finden ist?

Als ich Mitte der 1990er an der Columbia Journalism School in New York studierte, waren wir der erste Jahrgang an der Universität, in dem Online-Journalismus gelehrt wurde. Ich erhielt meine erste Email; wir bauten eine eigene Website und stell-

Beklagt werden muss nicht, dass sich der Journalismus im Netz ändert, sondern dass er sich zu wenig ändert.

ten in einem Seminar eigene Recherchen ins Netz, angereichert mit Audios und Videos. Es gab damals noch nicht viel zu verlinken, aber wir verstanden die neuen Möglichkeiten. Zurück in Deutschland, entwarf ich für die *Netzeitung*, die erste reine Onlinezeitung in Deutschland, einen Medienteil, dessen Kern die Kolumne Altpapier war. Sie sollte täglich alle wichtigen Texte zu Medienthemen verlinken. Doch die *Netzeitung* stellte lieber solitäre Meldungen ins Internet, sie hielt nichts vom Verlinken. Ihre (damals) skandinavischen Eigentümer wollten die Kolumne einstellen: Offenbar war den Machern der ersten Onlinezeitung nicht klar, dass Verlinken ein zentrales Element des digitalen Journalismus ist. Einzig, weil die Klickzahlen der Kolumne höher waren als die der Meldungen, durfte sie überleben. Die *Netzeitung* ist längst gestorben; die Kolumne Altpapier erhielt Preise und lebt auf einer anderen Plattform weiter (<http://weblogs.evangelisch.de/weblogs/d/altpapier>).

Welt der Gerüchte hinter sich gelassen

Boulevardjournalismus, parteiischer Journalismus und schlampiger, oberflächlicher Journalismus ist keine Erfindung des Internets. Es gab und gibt ihn in Zeitungen und im Fernsehen. Online-Journalismus hat die Welt der Gerüchte und Halbwahrheiten – man erinnert sich an den *Drudge-Report*, jener 1996 gegründeten Website, die als Gerüchte-Plattform startete und mit Enthüllungen zum Fall Clinton/Lewinski große Aufmerksamkeit erzeugte – hinter

sich gelassen. Überwunden sind auch die Diskussionen, ob das Internet das Ende des Journalismus bedeute. Wir

*Wir wissen heute, dass
gedruckte Zeitungen
irgendwann sterben werden,
nicht aber der Journalismus.*

wissen heute, dass gedruckte Zeitungen irgendwann sterben werden, nicht aber der Journalismus. Unklar ist einzig, wie sich die Vermittlungsformen ändern, ob etwa auf Mobilgeräten und Tablet-PCs auch analytische oder kompliziert aufgebaute Stücke genügend zahlende Leser finden werden.

Als die *New York Times* 2009 ein Experiment mit hyperlokalen Journalismus begann, war sie voller Hoffnung und schrieb, im Erfolgsfall würde sie das Konzept ausdehnen. Als sie den Versuch 2012 ein-

stellte, betonte sie ernüchtert, potentielle Umsätze stünden in keinem Verhältnis zum Aufwand, um Anzeigenkunden zu gewinnen. Nationale Medien könnten sich hyperlokalen Journalismus schlicht nicht leisten. Zeitungen könnten aber von einzelnen hyperlokalen Projekten profitieren; sie sollten Betreibern von Blogs journalistische Kenntnisse vermitteln.

Mit den Weiterungen des Internet wird sich auch der Journalismus weiter verändern, keine Frage. Das Internet bietet ja unbegrenzten Raum. Transparenz und Interaktivität, erkennbar etwa am Willen, Recherchen zu ergänzen und zu korrigieren, sind Kennzeichen seriösen Journalismus. Verschiedene Projekte nutzen neue, mit dem Internet verbundene Möglichkeiten. Beispielhaft zeigt dies Pro Publica, das 2007 gegründete und über Stiftungen finanzierte Non-Profit-Newsdesk für investigativen Journalismus; es stellt wichtige Dokumente als Belege ins Internet. Manche Zeitung hat begonnen, Fehler in ihren Veröffentlichungen zu berichtigen, indem online die korrigierte Version abrufbar ist. Dies sind erst Anfänge.

Mit dem Internet ändern sich auch die Bedingungen, unter denen Journalismus entsteht. Ab Mitte Oktober 2011 versammelte sich in einem Park an der Wall Street in New York eine Protestbewegung gegen Banken, die schnell weltweit wuchs und viele Schlagzeilen machte. Als die Polizei das Zeltlager im Zuccotti Park im November räumte, waren es weder die traditionellen Medien noch Websites, die die Nachricht als erste verbreiteten. Die Organisatoren der Protestbewegung hatten keine Journalisten vorab informiert, sondern wandten sich über Facebook und Twitter direkt an die Communitys. Die Protestler hatten sich über die Social Media organisiert; es war darum nur folgerichtig, dass sie dies bei der Räumung ebenfalls taten.

Postindustrieller Journalismus

Dies war einer dieser Momente, die für den Wandel stehen, schreiben C.W. Anderson, Emily Bell und Clay Shirky in einem viel beachteten Essay der Columbia Journalism School, in dem sie den Übergang zu einem postindustriellen Journalismus beschreiben. Die Organisatoren der Proteste waren nicht mehr nur Quelle der Nachricht, sondern sorgten zugleich ohne journalistische Vermittlung für deren Verbreitung. Die traditionellen Gatekeeper, die entscheiden, was ihnen als wichtig erscheint, um

veröffentlicht zu werden, sie wurden einfach übergangen. Dabei – und das ist die Ironie – gewann die Occupy-Bewegung ihre Bedeutung dank der Berichte in traditionellen Medien.

In den USA experimentieren Journalisten schon länger mit neuen Formen des nachrichtlichen Erzählens in und mit den Internet-Medien. Der klassische nachrichtliche Bericht durchlebe eine Identitätskrise, konstatierte 2012 das Fachblatt *Columbia Journalism Review*. »Wir müssen die Form des Artikels überdenken und ihn mit etwas ersetzen, das dem Web ähnelt und seine Vorteile besser nutzt«, schreibt Anthony de Rosa, bei Reuters zuständig für Social Media, (http://www.cjr.org/cover_story/the_genuine_article.php, 5. September 2012). Er warnt davor, immer nur das gedruckte Teil in den digitalen Raum zu heben. Ihm sei es ein Rätsel, warum Journalisten in mehr als einem Jahrzehnt nicht weitergekommen seien und Artikel im Web sich in einer »unheiligen interaktiven Mischung aus Retweets, Aggregation, Kuratierung, Blog-Kommentaren und Facebook-Weitergaben« erschöpften.

Für sinnvoll hält de Rosa das offenbar nicht. Mit anderen Worten: Digitales Erzählen bedeutet vor allem, an relevanten Stellen Links zu setzen, die Zitate belegen, Beispiele und Analogien oder auch die Vorgeschichte und weitere Hintergründe zugänglich machen. Und bei komplizierten Sachverhalten kann es bedeuten, dass der Beitrag den Stand einer Entwicklung online in kleinen Erklärstücken nachvollziehbar macht.

Die mit der Verlinkung von Quellen und Dokumenten verbundenen Möglichkeiten der Vertiefung werden leider bis heute viel zu wenig genutzt. Selbst große Online-Redaktionen und Marktführer wie ARD oder *Spiegel Online* tun sich noch immer schwer, mit Originalquellen zu verlinken. Beklagt werden muss deshalb nicht, dass der Journalismus sich ändert. Beklagt werden muss, dass er sich zu wenig ändert. Dass Journalisten sich diesen Möglichkeiten nicht ausreichend anpassen, so wie es das Manifest 2009 forderte.

Beispiele, die den Mangel verdeutlichen, finden sich tagtäglich. Am 29. Dezember erschien in der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* ein Interview mit Peer Steinbrück (<http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/peer-steinbrueck-im-gespraech-bundeskanzler-verdient-zu-wenig-12009203.html>). Der Kanzlerkandidat der SPD sagte darin, der »Bun-

deskanzler verdient zu wenig«, wie die Schlagzeile der *FAS* lautete. Seine Zitate wurden vielfach zitiert und interpretiert. Sie sorgen für viel Nachrichtensstoff. Eine Woche später berichteten *spiegel.de*, *welt.de*, *Süddeutsche.de* und andere Websites, dass Steinbrück sich missverstanden fühle. Er habe keinesfalls gefordert, den Verdienst des Bundeskanzlers zu erhöhen, wie ihn viele Medien interpretierten.

Mit dieser Aussage hätte das Interview der *FAS* verlinkt sein sollen: Diese Form, online eine Nachricht zu erzählen, wäre gedrucktem Journalismus überlegen. Doch *Spiegel Online* und *Süddeutsche.de* verlinkten lediglich frühere Artikel aus der eigenen Berichterstattung. Offenbar haben sie Angst, Leser auf die Konkurrenz aufmerksam zu machen.

Beklagt werden muss nicht, dass sich der Journalismus im Netz ändert, sondern dass er sich zu wenig ändert.

Den eigenen Vorteil ausspielen

Als im März 2013 ein amerikanisches Gericht das Todesurteil einer in Berlin geborenen Deutschamerikanerin, die seit mehr als zwanzig Jahren im Gefängnis sitzt, aufhob, berichteten viele Online-Medien über diese Wende im Fall Debbie Milke. Doch niemand verlinkte zum ausführlichen Urteil, das ebenfalls online steht. Man sieht daran: Den großen Vorteil des Netzes spielen die Zeitungen oft nicht aus, sondern schaufeln Texte ins Internet, die Mitarbeiter der gedruckten Zeitung verfasst haben.

Deshalb wünsche ich mir dies: Jede Online-Geschichte sollte in die Tiefe verlinken, nicht wahllos, sondern zu entscheidenden Quellen und Zusatzinformationen, zu Dokumenten, Aussagen oder Videos. Journalisten, die das lernen wollen, sollten sich ein Beispiel an Stefan Niggemeiers Blog nehmen (<http://www.stefan-niggemeier.de/blog/>). Das würde Journalismus im Netz glaubwürdiger und wertvoller machen. So wie Ein-Quellen-Geschichten kein Journalismus sind und ungedruckt bleiben sollten, so sollte Journalismus online auf alle relevanten Quellen verlinken und den Kontext nachvollziehbar machen, in dem die Geschichte steht. Das wäre ein Schritt, der uns weiter brächte. Vielleicht würde es noch mehr Leser überzeugen, für Journalismus zu zahlen. ■

Thomas Schuler ist freier Medienjournalist und Autor. Er lebt in München.

