

Elvira Steppacher

Können „Blogs“ den klassischen Journalismus ersetzen?

Zum Strukturwandel durch den „Journalismus der Bürger“

Vierte Gewalt, Stützpfeiler, Wächteramt - die Funktion, die den Medien in demokratischen Gesellschaften zugeschrieben wird, ist staatstragend. Das Pressegesetz des Landes Brandenburg formuliert: Die „Presse ist ein Wesenselement des freiheitlichen und demokratischen Staates“; sie „erfüllt eine öffentliche Aufgabe, insbesondere dadurch, dass sie [...] an der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung mitwirkt“.¹ Damit die Presse dem demokratischen Gedanken dienen kann, kommen ihr weitreichende Rechte, aber auch Pflichten zu: „Sie hat in Erfüllung dieser Aufgabe die Pflicht zu wahrheitsgemäßer Berichterstattung und das Recht, ungehindert Nachrichten und Information einzuholen, zu berichten und Kritik zu üben“.² Die so garantierte Presse- und analog: Informations-Freiheit verleiht nicht das Parlament, sondern der Souverän. Das Volk delegiert an die Journalisten eine Aufgabe, der es selbst nicht nachkommen kann, die es aber zur Urteilsbildung in einer pluralistischen Gesellschaft braucht.³ Ziel ist die Partizipation aller Bürger eines Gemeinwesens - eben eine Demokratie, auch wenn sie in Gänze kaum erzielt werden kann.

Nun ist das freie Gespräch aller mit allen eine Vision, die durch das Internet mit seinen enormen technischen Möglichkeiten neuen Auftrieb gewinnt. Genauer betrachtet erweist sie sich als Mythos.⁴ Das World Wide Web verheißt eine schöne neue Netz-Welt, in der sich die umfänglich orientierte Informationsgesellschaft in voller Mündigkeit konstituiert. Stichworte wie E-Government einerseits, aber auch offene, durch

¹ Brandenburgisches Landespressegesetz, § 1b und § 3. Die Landespressegesetze formulieren diesen Auftrag mit leicht unterschiedlicher Akzentuierung: Die Presse „dient der freiheitlichen demokratischen Grundordnung“ (Landespressegesetz Baden-Württemberg, § 1) oder dem „demokratischen Gedanken“ (Bayerisches Pressegesetz, Artikel 3). Einigkeit besteht darin, dass die Medien eine „öffentliche Aufgabe“ wahrnehmen (vgl. etwa das Saarländische Mediengesetz, § 4). Die jeweils aktuelle Fassung der Landespressegesetze findet sich unter www.Presserecht.de dokumentiert.

² Bayerisches Pressegesetz, Artikel 3, 2.

³ Vgl. Wolf Schneider/Paul-Josef Raue: Handbuch des Journalismus. Reinbek bei Hamburg 1996, S. 243.

⁴ Hans-Dieter Kübler: Mythos Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung. Wiesbaden 2005.

globale Netzwerke arbeitende Organisationen wie *Attac* andererseits, zeigen, wie sich Kommunikation durch E-Mail- und Link-Listen, durch Newsletter und News-Foren in ungeahnter Weise basisdemokratisiert.⁵ Längst sind die Medien selbst von diesem Prozess mit erfasst. Mehr und mehr laden sie ihre Nutzer zum Mitmachen ein. Das Spektrum reicht hier von traditionellen Formen der Teilnahme und des Meinungsausdrucks wie dem Leserbrief oder Zuschauer- bzw. Zuhörerstatement bis hin zu Chats, Call-Ins oder Leserrezensionen. Vorläufiger Extrempunkt dieser Entwicklung ist das zur „Rheinischen Post“ gehörige Onlineportal (www.rp-online.de) mit angeschlossener Zeitschrift namens „Opinio“, wo die Inhalte nur noch von Nutzern erzeugt werden sollen. Obwohl sich keineswegs alle Erwartungen des Verlages erfüllt haben, gibt es bereits Nachahmer.⁶ Geschwister im Geiste findet „Opinio“ in selbst gemachten Radioangeboten oder digitalen Tagebüchern, den sogenannten Weblogs (Kunstwort aus „web“ und „Logbuch“) oder „Blogs“. Schätzungsweise 32 Millionen Weblogs gibt es weltweit, in Deutschland sind es vorerst 100 000, angeblich kommt jede Sekunde ein neues dazu.⁷ Die Blogosphäre wächst. Kaum eine der großen Medienmarken – „Spiegel“, „Stern“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“ – die noch ohne Blog wäre.

Auf den ersten Blick scheint alles in bester Ordnung. Neben Journalisten nehmen zahlreiche Normalbürger ihr Publikationsrecht wahr. Insofern sind Weblogs zunächst einmal „urdemokratisch“, quasi „die mediale Verwirklichung der Polis-Idee“.⁸ Und dass sie dank der digitalen Revolution mit einem Klick die gesamte Welt erreichen, umso besser – oder nicht? Schon machen Begriffe wie „Bürgerjournalismus“ oder „Graswur-

⁵ Vgl. Andreas Hepp/Friedrich Krotz/Carsten Winter (Hrsg.): *Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung*. Wiesbaden 2005. Hier: Andreas Hepp/Waldemar Vogelgesang: *Die kommunikative Vernetzung der globalisierungskritischen Bewegung am Beispiel von Attac*. S. 229–259.

⁶ Henning Kornfeld: *Eine schwierige Geburt. Hype-Thema Bürgerjournalismus*. In: *Kressreport*, Nr. 6, S. 10.

⁷ Klaus Eck: *Unternehmen suchen Blogger*. In: *Netzwerk Recherche* (Hrsg.): *Online-Journalismus*. Wiesbaden 2005, S. 103–108. Vgl. auch Thomas Hillenbrand: „Google startet Blog-Suchmaschine“. In: *Spiegel online* vom 14.9.2005.

⁸ Vgl. Ulrich Speck: *Die offene Gesellschaft, ihre Feinde und das Bloggen*. In: *Online-Journalismus*, a.a.O., S. 59–62.

⁹ Ole Reißman: *Was Weblogs sein können. Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation*. In: *online-Journalismus*, a.a.O., S. 63–65, hier: S. 63. Erik Möller: *Mediale Gegenöffentlichkeiten. Wie Weblogs, Wikis und freie Software neue Medienwelten erschließen*. In: *online-Journalismus*, a.a.O., S. 27–30, hier: S. 30. Ähnlich Bernd Graff: „Schnell und Schmutzig“. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 30.8.2005 anlässlich der neuen Netztagebücher der Redaktion.

zeljournalismus“ die Runde.⁹ Besonders in Amerika, aber auch in Deutschland diskutiert die Forschung einen Strukturwandel des Journalismus, der durch die technischen Veränderungen vorangetrieben wird.

Braucht es in der nutzerorientierten digitalisierten Medienwelt überhaupt noch den klassischen Journalismus, oder wird er mittelfristig durch einen aus Profis und Laien gemeinsam realisierten Netzwerk-Journalismus ersetzt? Empfiehlt es sich, seine Funktion durch das „Auftauchen neuer Akteure, neuer Darstellungsformen und neuer digitaler Organisationsformen“ begrifflich zu erweitern?¹⁰ Richtig ist, dass die neu entstehenden Schnittstellen zwischen Laien- und Profikommunikation es verdienen, genauer unterschieden zu werden, bevor sie vorschnell unter dem Begriff des Journalismus vereinnahmt würden. Da ist etwa der Service-Charakter zahlreicher Online-Angebote mit Ausgeh-, Koch-, Reise- oder Verhaltenstipps von Lesern für Leser. Da sind Ombuds-Angebote der Medien, bei denen Nutzer zum Beispiel Missstände in ihrer Kommune aufzeigen können und mithilfe eines vom Medium organisierten öffentlichen Forums Abhilfe zu erzielen versuchen.¹¹ Hier sind in der Tat strukturelle Veränderungen zu erwarten, da die Partizipation der Teilnehmer mehr und mehr durch Moderation organisiert werden muss.¹²

Eine systematische Unterscheidung dieser Hybridformen kann hier schon aus Platzgründen nicht gelingen. Dagegen soll am Beispiel der Weblogs geklärt werden, ob mit diesen Publikationen überhaupt Journalismus im eigentlichen Sinn vorliegt. Unter welchen Prämissen und vor allem mit welchem Ergebnis arbeitet der sogenannte Bürgerjournalismus? Wie steht es um die Inhalte, die dank der digitalen Innovation erzeugt werden, denn um diese geht es doch letztlich? Und weiter: Können die neuen technischen Strukturen - Partizipation, Dezentralität, Verlinkung, Ubiquität, Echtzeit etc. - im Sinne der oben genannten „öffentlichen Aufgabe“ journalistisch genutzt werden? Wenn ja, unter welchen Voraussetzungen? Wenn nein, warum nicht? Meine These lautet: Die digitalisierte Medienwelt macht den Journalisten und seine klassische Funktion nicht überflüssig. Sie droht jedoch, wesentliche Elemente des qualitätsorientierten Journalismus leichthin zu verspielen. Umso

¹⁰ Hans Jürgen Bucher/Steffen Büffel: Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. In: Markus Behmer/Bernd Blöbaum/Armin Scholl/Rudolf Stöber (Hrsg.): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden 2005, S. 85-121, hier S. 86.

¹¹ Besonders weit entwickelt ist diese Form des crossmedialen Serviceangebotes bei den „Vorarlberger Nachrichten“ und ihrem Onlineauftritt unter www.vn-online.at.

¹² Das Redaktionshandbuch 2006, das von der Initiative Tageszeitung herausgegeben wird, hat dem „Thema des Jahres: Citizen Journalism“ einen Großteil ihrer Ausgabe gewidmet. Vgl. Redaktion 2006. Jahrbuch für Journalisten, Bonn 2006.

mehr zwingt sie diesen zu einem klar konturierten berufsethischen Selbstverständnis. Daraus leiten sich in der Folge Forderungen ab, die sich sowohl an die (in der Regel) kommerzielle Betreiberseite wie Verlage, Sender, Rundfunkanstalten und Internetanbieter, aber auch an die Journalisten selbst sowie die journalistischen Ausbildungsinstitutionen richten.

Veröffentlichen ist noch keine öffentliche Aufgabe

Der Journalist „wirkt“, wie wir sahen, an der „freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung mit“. Daraus kann jedoch nicht abgeleitet werden, dass jeder, der etwas *veröffentlicht*, die dem Journalisten eigene „öffentliche Aufgabe“ erfüllt. Systematisch betrachtet verändert sich mit der journalistischen Intention die Zielsetzung des Handelnden. Aus einem Bürger mit berechtigten Eigeninteressen wird ein von allen Bürgern beauftragtes publizistisch tätiges Subjekt, das dem Gemeinwohl dienen soll.¹³ Der Begriff des Gemeinwohls ist, wenn nicht ethisch begründet, so doch sittlich zumindestens nicht indifferent. Wie können alle gemeinsam gut, mithin frei, gerecht, sozial, sicher etc. leben?¹⁴ Vor diesem Hintergrund erklären sich die Sonderrechte, die Journalisten zukommen; sie erhalten diese nur, *damit* sie ihrem oben genannten dienenden Auftrag nachgehen. Erst, wenn ein Journalist seine öffentliche Aufgabe („Pflicht“) wirklich wahrnimmt („in Erfüllung“), darf er oder sie diese Sonderrechte („Recht“) erhalten. Das Recht schafft ihm die Voraussetzung, Sachstände zu recherchieren, um daraus nachrichtliche Information zu machen. Die Pflicht verlangt vom Journalisten, dass er sich dem Gebot der Neutralität unterwirft. Das von ihm recherchierte und für die Öffentlichkeit bereitgestellte Wissen soll objektiv (nicht subjektiv) informativ, also richtig, vollständig, sachlich, unparteilich, fair und quellenrecht sein.¹⁵

¹³ Ich bin mir bewußt, dass der systematische Anspruch in der Realität keineswegs immer eingehalten wird. Dennoch scheint es mir wichtig, diese Unterscheidung vorzunehmen.

¹⁴ Zum Themenkomplex wertneutraler Staat vs. Antike Staatslehre vgl. die Ausführungen von Martin R. Schütz: *Journalistische Tugenden. Leitplanken einer Standesethik*. Wiesbaden 2003, S. 19-27.

¹⁵ Objektivität hat in einem nichtontologisch gemeinten Sinn zwei Aspekte, nämlich einmal den der faktischen Richtigkeit (Ist etwas nachprüfbar?), dann aber auch den der sachlichen Angemessenheit (Ist etwas vollständig oder verzerrt dargestellt?). So kann ein Sachverhalt, beispielsweise ein Foto, das einen Minister in einem Moment mit hängendem Mundwinkel zeigt, faktisch richtig und dennoch, durch die wiederholte Wiedergabe desselben Ausschnitts, wirklichkeitsverfälschend sein. Zu den

Abweichend davon sind die Motive und das Selbstverständnis der Blogger-Szene einzuordnen. In dem Genre, das „irgendwo zwischen privater Homepage und Nachrichtenagentur“¹⁶ siedelt, dokumentiert sich „purer, ungefilterter Markt von Meinungen: Free speech“.¹⁷ Sein konzeptioneller Ansatz ist der des authentischen Meinungsausdrucks. Darum bieten Weblogs in Ländern wie dem Iran mit eingeschränkter oder gar nicht gewährter Pressefreiheit fruchtbares Potential als Gegenöffentlichkeit.¹⁸ Als solche sind Blogs für Journalisten eine Quelle neben anderen, in denen Meinung bekundet wird. Doch wird die Quelle durch das „Free speech“-Postulat nicht selbst journalistisch oder wertneutral. Analoges gilt für den klassischen Leserbrief bzw. seine digitale Weiterentwicklung im Leserkommentar via Blogbeitrag. Kaum zufällig habe das Online-Portal „Opinio“ Schwierigkeiten, aus den Anmerkungen der Nutzer etwas herauszufiltern, das den Qualitätskriterien einer Tageszeitung entspricht.¹⁹ Es ist falsch, anzunehmen, Blogs unterhielten per se ein macht- und interessefreies Diskursuniversum. Sie sind durchaus nicht bar jeglicher strategischer oder kommerzieller Vereinnahmung. Die Tatsache, dass Kommunikationsprofis versuchen, Weblogs für ihre Kommunikationsabsichten zu nutzen, zeigt, dass es Präziserungsbedarf gibt. Peinliche Entlarvungen der angeblich interessefreien „Privatmeinungen“ haben in der Szene für Aufsehen gesorgt, die sich von ihrem Selbstverständnis an Authentizität orientiert. Nicht umsonst gibt es bereits Initiativen, die nach journalistischen Prinzipien versuchen, die Blog-, PR- und Lobby-Szene kritisch zu begleiten.²⁰

Fazit: Das Neutralitätsgebot als berufsethische Norm resultiert aus dem Zusammenspiel der Rechte und Pflichten journalistischer Tätigkeit. Blogger sind in diese Norm nicht eingebunden.

Kriterien nachrichtlicher Information vgl.: Hans-Dieter Kübler: Medienqualität - was macht sie aus? Zur Qualität einer nicht beendeten, aber verstummenden Debatte, S. 193-210, und Lutz M. Hagen: Wie krank war Honnecker wirklich? Zur Richtigkeit von Agenturmeldungen, S. 211-230. Beide in: Wolfgang Wunden (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt a.M. 1996.

¹⁶ Oliver Wrede: Was ist ein Weblog? In: www.dienstraum.com.

¹⁷ Speck, a.a.O., S. 60.

¹⁸ Jörg Lau: „In Weblogistan“. In: Die Zeit, Nr 25, 16. Juni 2005.

¹⁹ Kornfeld, a.a.O., S. 10.

²⁰ Vgl. „Blogger-Hype in den USA“ (zu den gefälschten Bush-Memos). In: www.Netzzeitung.de vom 29.9.2004 oder Susanne Weingarten: „Anarchie im Feuilleton. Amazon-Rezensenten sind nur Leser. Doch ihre Macht wächst.“ In: Spiegel (Kulturspiegel), Nr. 9; Zu Entlarvungen von Fake-Blogs und dem am Cluetrain-Manifest orientierten Selbstverständnis der Blogger-Szene vgl. Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach: Wie verändern Blogs und Blogger den Journalismus? Was bedeutet das für PR? In: Online-Journalismus, a.a.O., S. 97-102.

Die Maximierung von Subjektivität führt nicht zur Objektivität

Der Stil, aber auch die Perspektive vieler Blogs ist betont subjektiv, was einen Großteil ihrer Faszination ausmacht. Einige Blogs haben eher klassischen Kolumnencharakter, andere nähern sich durch die Mischung aus gutem Humor und schlechtem Geschmack dem sogenannten „Gonzo-Journalismus“ (amerikanisches Englisch für außergewöhnlich, exzentrisch, verrückt).²¹ Die teilweise stark persönlich gefärbten Blogbeiträge sind Teil einer Schreibtradition, die durch E-Mail-Kommunikation befördert wurde. Formal betrachtet stehen E-Mails zwischen dem Telefon-/Gespräch und der Drucksache. Akzeptierter Bestandteil dieses Zwittermediums sind ein freier Umgang mit orthographischen Regeln, die Verwendung umgangssprachlicher Wendungen und sogenannter Emoticons, mithilfe derer die momentane Befindlichkeit des Schreibenden zeichnerhaft veranschaulicht werden kann (z.B. Ironie durch den „augenzwinkernden Smiley“). Analog lädt auch der Eintrag im Blog dazu ein, eine quasi gesprochene Äußerung abzugeben. Die Grenzen zwischen literarisch inszenierter und authentischer Subjektivität sind fließend. Stilistische Subjektivität kann einen hohen Wiedererkennungseffekt haben. Bei regelmäßig erfüllter Nutzererwartung ist der Aufbau einer publizistischen Markenidentität daher nicht ausgeschlossen. Trotz eines subjektiven Sprachstils kann indes inhaltlich objektive Information vermittelt werden. So ist es denn auch weniger die stilistische als vielmehr die perspektivische Dimension von Subjektivität, welche den entscheidenden Unterschied zum klassischen Journalismus macht.

Systematisch gesehen, ist eine eingeschränkte Wahrnehmungsperspektive für das Weblog kennzeichnend. Bisweilen erfolgt dies sicher ungewollt, weil aus bestimmten Sachzwängen der weitere Kontext nicht verfügbar ist. Bisweilen aber auch nur deswegen, weil es von vornherein darum geht, sich persönlich und spontan zu äußern. Der Blogger und seine Mitautoren sprechen in der Regel aus der *hic-et-nunc*-Perspektive: Unmittelbar, ungefiltert, persönlich – diese und andere Selbstcharakteristika lassen sich finden. Durch die Einbeziehung der unmittelbaren Umgebungswirklichkeit soll die Authentizität des Augenblicks beglaubigt werden. Zugleich manifestiert sich darin aber auch, dass dieser

²¹ Wolfgang Lünebürger-Reichenbach, a.a.O., S. 99. Vgl. auch den Eintrag zu Gonzo-Journalismus in www.wikipedia.org: „Charakterisiert wird diese Form des Journalismus durch das Wegfallen einer objektiven Schreibweise. Es wird aus der subjektiven Sicht des Autors berichtet, der sich selbst in Beziehung zu den Ereignissen setzt [...]. So vermischen sich reale, autobiografische und oft auch fiktive Erlebnisse (sic).“

womöglich nur für den Moment gültig ist, wie ohnehin die Korrektur von Fehlern zum achtbaren Selbstverständnis vieler Blogger zählt. Das wirft in der Konsequenz die Frage auf, wie Subjektivität und Objektivität innerhalb der Blogosphäre aufeinander bezogen sind. Hinzu kommt, dass in der Spontaneität des Ausdrucks Meinung und Tatsachenbehauptung nicht immer klar voneinander gesondert sind. Jeffrey Rosen hat in „Your Blog or mine?“ an einem exemplarischen Fall in der „New York Times“ die Problematik vieler Blogs dargestellt. Ton und Inhalt können den Charakter privater Plauderei haben, gleichwohl eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts darstellen. Die Asymmetrie von vermeintlich vertraulichem Gespräch bei tatsächlich gegebener globaler Publizität stellt ein gravierendes Problem dar. Zwar arbeitet die Bloggerszene inzwischen an einem eigenen „code of conduct“, doch ist dieser deutlich niedriger-schwelliger als etwa der Pressekodex. „They shouldn’t be expected to follow the same ethics codes journalists are. But responsible bloggers should recognize that they are publishing words publicly and therefore - have certain ethical obligations to their readers, the people they write about, and society in general“ (www.cyberjournalist.net).²²

Ohne Frage gibt es Blogger, die ein hohes, an journalistischen Normen orientiertes Selbstverständnis haben und entsprechend sorgfältig arbeiten. Kaum zufällig sind dies oft Journalisten. So hat die Organisation „Reporter sans frontiers“ ein eigenes Handbuch für Blogger herausgegeben, dessen ethische Grundsätze - „thoroughness, accuracy, fairness, transparency, independence“ - auf den Säulen des klassischen Journalismus ruhen. Doch kann dieses quasi journalistische Selbstverständnis, das sich ganz aus dem „honor“-Begriff definiert, nurmehr einen Appell an die künftigen Blogger richten. Das wesentliche Präsentationsprinzip im Weblog bleibt auch hier: „a more open and personal style and franker viewpoints“, kombiniert mit der Einladung „[to] be commented on by visitors“. So stehen neben journalistischen andere Blogbeiträge, die bestenfalls unter Amateurberichterstattung gezählt werden können. Einen Vorgeschmack auf Künftiges bot die Bild- und Nachrichtenlage während der Anschläge in der Londoner U-Bahn: „Vor allem stadtbezogene Internetforen zogen Blogger an: Während noch Unklarheit darüber herrschte, was überhaupt passiert war, spekulierten Surfer bereits über Terror-Akte, schilderten, was sich vor ihren Augen abspielte [...]“²³ Und sie stellten, so ist zu ergänzen, (Handy-)Fotos ins Netz. Schon gibt es eine Bildagentur für Bürgerjournalisten mit dem bezeichnenden Namen „Scoop“ (www.scoop.com), die Amateurfotografen die Plattform zum

²² Zitiert nach Bucher/Büffel, a.a.O., S. 105.

²³ Volker ter Haseborg: „Schnell ins Netz“. In: Der Tagesspiegel vom 10.7.2005.

Geldverdieneten bietet. Wohin es führt, wenn alles, was die Kameras und Tonbänder von Mobiltelefonen erfassen können, zu Geld gemacht wird, kann man sich leicht ausmalen. Wenn jede berufsethische Bindung fehlt, ist London überall. Nochmal: Es ist keineswegs ausgeschlossen, dass ein „normaler“ Bürger strikt nach journalistischen Kriterien arbeitet und seine Ergebnisse publiziert. Aber er arbeitet dann als journalistisches Individuum und eben nicht mehr als interessegeleiteter Bürger.

Zurück zum Verhältnis von Subjektivität und Objektivität. Auch der klassische Journalismus kennt die Form des Meinungsausdrucks. Üblicherweise beziehen die entsprechenden journalistischen Stilformen der Subjektivität (z.B. der Kommentar) ihre Berechtigung jedoch aus ihrer Einbindung in die objektive Berichterstattung. Sie sind ein komplementäres Element, das den objektiven Kontext braucht, um sich davon abzuheben. Das internetspezifische Verlinken auf andere Seiten ersetzt dieses Defizit nicht hinreichend. Der Link bietet keinen verlässlichen Aufschluss über die Objektivität des dort zu Findenden. So kann man von Seite zu Seite linken, ohne einen subjektiven Standpunkt auch nur im Ansatz konterkariert zu sehen. Der Umstand, dass Blogger aufeinander verweisen – „gemeinsam machen Bloggs (sic) Journalismus“²⁴ – rechtfertigt darum noch nicht, diesen als Journalismus der Bürger einzustufen. Jede halbwegs agile Interessengruppe machte dann schon um Objektivität bemühten, gemeinwohldienlichen Journalismus. Gemäß der Annahme: Wenn viele drüber schreiben, wird es wohl wichtig oder gar richtig sein. Nach eigenem Bekenntnis gilt: „Blogger ignorieren die Relevanzprüfung, die für Journalisten eine Kernkompetenz ist.“²⁵

Die Tatsache, dass ein Thema im Netz rasante Resonanz findet, erweist sich jedoch kaum als ein valider journalistischer Themenfilter. Im Gegenteil: Aus der Agenda-Forschung ist bekannt, dass verschiedene Multiplikatoren-Systeme Relevanzzuschreibungen lancieren können.²⁶ Zwar kann die journalistische Prüfung eines Themas ergeben, warum die Resonanz darauf so groß ist, wen das Thema alles betrifft, welche Nebenaspekte und Konsequenzen sich daraus ergeben, kurzum: dass die Relevanzvermutung richtig ist. Doch braucht diese Prüfung, wenn sie redlich sein soll, Zeit. Sie setzt eine Recherche- und eine Synthese-Leistung voraus, die eine professionelle journalistische Herangehensweise erfordert. Das Ziel besteht in einer geistigen Anstrengung zur Objektivierung

²⁴ Lünenbürger-Reichenbach, a.a.O., S.98.

²⁵ Albrecht Ude: Echos aus dem Ameisenhaufen. Social Software und die Unterschiede zwischen journalistischer Produktion und Blogging. In: Online-Journalismus, a.a.O., S. 68.

²⁶ Kübler, a.a.O., S. 203.

eines Sachverhalts, der zuvor in vielerlei subjektiven Aspekten vereinzelt war. Je rechercheerfahrener und sachkundiger ein Journalist in einer bestimmten Materie ist, desto eher kann es ein gutes, um Objektivität bemühtes Ergebnis geben.

Cum grano salis kann sich der Nutzer journalistischer Angebote darauf verlassen, dass alle ihm bereit gestellte Information seinem Objektivitätsanspruch nachkommt. Die „klassischen journalistischen Organisationsstrukturen und Standards [steuern] die Qualitätssicherung vorab.“²⁷ Im Gegensatz dazu erzeugt sich Qualität, verstanden als objektive Informationsdarbietung, in der Blogosphäre allenfalls ex post. Funktioniert Journalismus nach dem Prinzip „filter, then publish“, arbeiten Internetcommunities genau umgekehrt: „publish, then filter“.²⁸ Mit entsprechenden Konsequenzen. Alles auch nur partikular Gültige und vermeintlich Relevante muss immer neu von der Netzgemeinschaft überprüft, analysiert, eingeordnet und korrigiert werden. Der Vorgang des Sammelns, Berichtens, Analysierens und Verteilens von Information wird im dezentral strukturierten „many-to-many“-Diskursuniversum zum ebenso offenen wie zeit- und korrekturaufwändigen Kommunikationsprozess. Dagegen darf der Rezipient von journalistischen Angeboten darauf vertrauen, dass dieser Vorgang - mithilfe einer redaktionellen Struktur - erfolgt ist, *bevor* sie zur Veröffentlichung gelangen.

Insbesondere dem Einfluss von Gerüchten oder Halbwahrheiten ist die Netzgemeinschaft aufgrund der technischen Möglichkeiten weitgehend ungeschützt ausgesetzt. Ob diese mit Absicht oder in Unkenntnis verbreitet werden, kann dabei erst einmal außer Acht gelassen werden. Der entscheidende Schwachpunkt des Systems ist die Mischung der Akteure. Die übliche journalistische Objektivierungsleistung - inklusive der damit verbundenen Haftung - wird der Kollektivität einer mehr oder minder zufällig zusammengefundener, teilweise anonymen Gruppe überantwortet. Da neben wertneutralen Beobachtern auch andere Player am „open-source“-Skript schreiben, gibt es keinen allgemeingültigen normativen Filter, wie er in Redaktionen üblich ist. Um nicht missverstanden zu werden: „open source“ unter Profis ist letztlich nichts anderes als ein kollegialer Austausch von Rechercheergebnissen. Dieser findet ressortintern als auch redaktions- und medienübergreifend täglich statt und ist absolut sinnvoll. Dieser Austausch beginnt jedoch Schaden hinsichtlich der „öffentlichen Aufgabe“ zu nehmen, wenn für den Nutzer die interessierte und wertneutrale Diskursbildung nicht mehr unterscheidbar ist.

²⁷ Bucher/Büffel, a.a.O., S. 100f.

²⁸ Ebd.

Fazit: Als stilistisches Prinzip kann Subjektivität zum Aufbau publizistischer Markenpersönlichkeiten beitragen. Als perspektivische Beschränkung bringt sich die subjektive Präsentation um den Anspruch auf eine objektive Berichterstattung ex ante. Die Asymmetrie von technischer Reichweite und berufsethisch mangelhafter Rückbindung der Amateurberichterstatte ebnet der ungehemmten Verbreitung von Gerüchten, Spekulationen und (Sensations-)Gier weiteren Raum.

Echtzeit und Subjektivität – auch ein journalistisches Erfolgsmodell?

Obwohl die Arbeit der Blogger in der Regel keine strikt journalistische ist, übt sie einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf den Journalismus aus. Bedingt durch die digitalen Möglichkeiten halten zwei Weblog-Charakteristika Einzug in den Journalismus: eine immer schnellere, möglichst zeitgleich zum Geschehen erfolgende Präsentation der Ereignisse und die immer subjektivere Form der Berichterstattung. Daraus entsteht jedoch die Gefahr, dass wesentliche Elemente eines qualitätsorientierten Journalismus preisgegeben werden.

Die Digitalisierung des Kommunikationstransports hat die Auffassung von Aktualität bereits dramatisch verändert. In den Anfängen des Nachrichtengeschäfts gaben Pferdestärken die Geschwindigkeit vor. War die Post abgefahren, fand das Ereignis medial nicht statt. Ausgebauete Korrespondentennetze sowie verbesserte technische Kommunikationswege beschleunigten späterhin rasant die Nachrichtenübermittlung und erhöhten zugleich auch deren Menge. Doch noch in den fünfziger Jahren, also vor Erfindung des Faxes und E-Mails, schickte Peter Scholl-Latour seine Auslandsberichte und -reportagen nurmehr per Eilbrief in die Redaktionen: „Die Kunst bestand darin, sich die richtigen Themen zu suchen und die Artikel so abzufassen, dass sie auch am Tag, als sie in Deutschland eintrafen, noch aktuell waren.“²⁹ Redaktionsschluss und eine gewisse Themenhoheit machten den Journalisten zum Gatekeeper, die einstigen Jäger entwickelten sich zu Schleusenwärtern der Information.³⁰ Inzwischen berichten Journalisten rund um die Uhr, das Netz kennt praktisch keinen Redaktionsschluss mehr, digitale Sonderausga-

²⁹ Vgl. Michael Jürgs: „Die Tage, die mein Leben machten“. In: Park Avenue, Nr. 1, S. 212.

³⁰ Zu beiden Begriffen vgl. Stefan Frerichs: Gatekeeping. In: Siegfried Weischenberg/Hans J. Kleinsteuber/Bernhard Pörksen (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz 2005, S. 74-77.

ben von Printerzeugnissen gelangen teilweise in Echtzeit auf Handys, Palms, bald auch in Züge und Flugzeuge.

Indessen ist Schnelligkeit oder Aktualität kein Wert an sich. Zumindestens nicht eingedenk der oben erwähnten öffentlichen Aufgabe. Isoliert man Aktualität aus dem Koordinatensystem journalistischer Rechte und Pflichten, verkommt Information zur gänzlich kommerzialisierbaren Ware. Profit-Maximierung mit allen Nebenerscheinungen des Qualitätsverfalls sind die Folge. Soviel ist bereits aus dem vordigitalen, schnelllebigen Informationsgeschäft bekannt: Aktualitätsdruck führt zu standardisierten Fernsehbildern.³¹ Aktuell als solches ist eben noch nicht ausreichend zur Beschreibung nachrichtlicher Qualität. Doch was ist es dann?

Mir scheint, vier Faktoren, die in einem unauflöselichen Beziehungsgefüge stehen, sind wesentlich. Zur Verdeutlichung möchte ich diese vier Faktoren gegenüber dem so genannten magischen Dreieck abgrenzen, einem Modell aus dem Projektmanagement zur Beschreibung etwa von Produktionsprozessen. Mit seinen Dreieckspunkten schnell, billig, qualitativ beeinflusst es Abläufe, da es – je nach Akzentuierung – vorhersehbare Defizite gibt: Produziert man schnell und billig, leidet die Qualität. Produziert man billig, aber qualitativ anspruchsvoll, wird man auf das fertige Produkt länger warten. Soll es schnell und hochwertig sein, wird es teuer.³² Analog möchte ich ein nachrichtliches Viereck benennen. Die Eckpunkte sind: richtig, relevant, verständlich und aktuell. Vieles aus dem Boulevard-, Unterhaltungs-, Mitmach-, ja Trashjournalismus kommt aktuell, richtig, verständlich, aber *irrelevant* daher. Als Beispiel für aktuelle, relevante, verständliche, aber *unrichtige* Nachrichtenübermittlung wäre die Übernahme der Interessensbehauptung von Wolfgang Clement zu nennen, die Arbeitsämter hätten die Zahlen der Hartz IV-Empfänger geschönt. Die etwas zeitintensivere Nachrecherche zeigte, dass dies nicht stimmte.³³ Und schließlich kann etwas aktuell, richtig, relevant, aber doch *unverständlich* bleiben, wofür zahlreiche Live-Berichterstattungen aus Krisengebieten, aber auch ad-hoc-Wahlberichte gute Beispiele sind.³⁴ Dass Journalisten erst einmal die Gültigkeit ihrer eigenen Berichte relativieren, ist seit dem Irakkrieg fast schon selbstverständlich geworden. Und berechtigt, insofern damit das berufsethisch achtbare Eingeständnis gemeint sein soll, womöglich sei der Reporter – Stichwort:

³¹ Kübler, a.a.O., S. 198.

³² Vgl. Martin Gläser: Transparenz zahlt sich aus. Zum Qualitätsmanagement von Multimedia-Produkten. In: Wahrheit als Medienqualität, a.a.O. S.231–240.

³³ Vgl. die Ausführungen von Joachim Käppner: In: Message/Schreibwerkstatt, 2/2005.

³⁴ Vgl. Hans Leyendecker: Wahltag in der Lindenstraße. In: Süddeutsche Zeitung vom 24.5.2005.

embedded journalist – Opfer einer Manipulation, der Zuschauer möge dies bitte in seiner Urteilsbildung mit berücksichtigen. Problematisch erscheint es dagegen als salvatorische Klausel gegenüber dem uneinholbaren Anspruch, über ein relevantes Ereignis zugleich richtig, verständlich *und* in Echtzeit berichten zu wollen. Denn der in das Geschehen vor Ort verstrickte Reporter kann keine Distanz mehr halten, „um Unabhängigkeit zu wahren und Übersicht zu gewinnen. [...] er verliert den handlungsethischen Bezugsrahmen aus den Augen, mit dem er sein Informationsziel nach Maßgabe des öffentlichen Interesses abwägen könnte“.³⁵

Erfahrungen aus dem Gladbecker Geiseldrama haben die öffentlich-rechtlichen Sender dazu veranlasst, hier Konsequenzen zu ziehen.³⁶ Da über jede Katastrophe auf der Welt inzwischen live berichtet werden kann, bedarf es einer ethischen Selbstverpflichtung, die zugleich durch strukturelle Veränderungen den technischen Gegebenheiten Rechnung trägt. Michael Haller hat beschrieben, wie Qualitätssicherung durch ein „medienethisch reflektiertes News-Management“³⁷ funktionieren kann. Es sieht eine konsequent zweistufige Arbeitsteiligkeit vor, in dem die Mutterredaktion die Informationen des Reporters vor Ort prüft und auch bis zur Haftbarkeit mit verantwortet.³⁸ Die persönliche Verantwortung durchzieht in diesem Modell praktisch die gesamte Redaktionsstruktur. Davon ist die Realität allerdings noch weit entfernt.

In genau die umgekehrte Richtung entwickelt sich der digitale Reporter als Online-Kriegsberichterstatler. Vorbote der neuen Entwicklung ist Kevin Sites. Der ehemalige Kameramann wurde bekannt, als er am 15. November 2004 eine unprovokierte Erschießung eines Verletzten in einer Moschee in Falludscha publizierte, damals noch als freier Mitarbeiter für CNN. Nun unterhält er auf der Internet-Seite von Yahoo ein eigenes „Warblog“. Seit dem 29. September 2005 berichtet er „bloggend, filmend,

³⁵ Michael Haller: Das allmähliche Verschwinden des journalistischen Subjekts. Die Bedeutung der redaktionellen Organisation für die News-Produktion. In: Wahrheit als Medienqualität, a.a.O., S. 37-46, hier S. 41.

³⁶ Vgl. Haller, a.a.O., S. 42 und Siegfried Weischenberg (unter Mitarbeit von Judith Rakers): Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitätsstandards für die Medienpraxis. Wiesbaden 2001, S. 278.

³⁷ Haller, a.a.O., S. 40.

³⁸ Haller, a.a.O., S. 41. Forschungsergebnisse zeigen, dass die Übernahme einer allgemeinen Mitverantwortung, die Journalisten bereit sind zu konzedieren, im konkreten Fall eher schwindet. Vgl. dazu Hans Mathias Keplinger/Kerstin Knirsch: Erlaubte Übertreibungen. Anmerkungen zu den berufsethischen Ursachen des Skandaljournalismus. In: Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Festschrift für Hans Wagner. Hrsg. von Ute Nawratil, Philomen Schönhagen, Heinz Starkulla jr. Leipzig 2002, S. 265-276.

podcastend und fotografierend von den Kriegsschauplätzen der Welt“ – als subjektive one-man-show mit kleinstem Equipment. „One man. One year. A world of conflict“ lautet der Trailer. Yahoo strebt nicht an, „irgendeine Art von Nachrichtenorganisation“ aufzubauen.³⁹ Zugleich führt Sites gelegentliche Chats durch und liefert Feature-Beiträge. Das alles alleine zu schaffen, scheint nur um den Preis möglich, „dass die Aufbereitung der Inhalte weniger professionell geschehen wird als bei etablierten Medien üblich“.⁴⁰

Kollateralschäden bei den journalistischen Normen kann man durch den Einsatz von Blog & Co. bereits jetzt besichtigen. Exemplarisch mag der Name von Matt Drudge, der mit „Sexgate“ verknüpft ist, herangezogen werden. „Seither ist die Gefahr bekannt, dass im Netz Gerüchte als Ergebnis journalistischer Recherche ausgegeben werden können und dass die etablierten Medien durch diesen ‚Bypass-Journalismus‘ zum Nachziehen gezwungen werden. Drudge kam dabei mehrmals dem für die ‚Washington Post‘ und später für ‚Newsweek‘ arbeitenden Journalisten Michael Isikoff zuvor, der die Information früher hatte, aber an die Recherche- und Publikationsregeln seiner Blätter gebunden war.“⁴¹

Ist das Gerücht erst einmal in der Welt, ziehen die übrigen Medien nach. Ob sie es in jedem Fall müssen, sei dahingestellt. Beispiele für diesen Domino-Effekt gibt es viele. Da werden halbfertige Entwürfe von Referenten aus Ministerien oder Behörden zu fertigen Regierungsprogrammen hochgejazzt (und wieder kassiert), da werden Namen von mutmaßlichen Tätern in voller Länge genannt, bevor der Verdächtige überhaupt gefasst ist („Schulmassaker in Erfurt“) etc. Schlimmer noch: die bislang als Verfehlung empfundenen Vorgehensweisen werden zum unanstößigen Normalfall. Wie stark sich die Perspektive bereits verkehrt, verdeutlicht die Bewertung von „Citizen Scoops“, der oben erwähnten Bildagentur für Amateurfotografen, durch den „Guardian Unlimited“: Er zitiert Jeff Jarvis von Buzzmaschine.com: „Online is all about sharing; old media is all about holding back.“⁴² Voyerismus vs. Informationsanspruch sind die Schlagworte, um die es, strittig genug, immer wieder geht.⁴³ Aber mit der Digitalisierung erreicht diese Abwägungsaufgabe eine neue Qualität: Wo die schnelle, subjektive Veröffentlichung als Leitwährung dient, mutiert der besonnen prüfende Journalist zum

³⁹ Frank Patalong: „Kevins Kriege“, In: Spiegel online vom 12. September 2005.

⁴⁰ Ebd.

⁴¹ Vgl. Weischenberg, a.a.O., S. 283.

⁴² Vgl. com vom 4.8.2005.

⁴³ Vgl. Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses/Deutscher Presserat (Hrsg.): Ethik im Redaktionsalltag, Konstanz 2005, S. 178-188.

antiquierten Informationsverweigerer. Bislang konnte seriöser Journalismus daran erkannt werden, dass er richtig, relevant und verständlich informierte, im Zweifel zu Lasten der Geschwindigkeit. Es scheint, als würden die Akzente zugunsten der Aktualität verschoben – im Zweifel auf Kosten von Richtigkeit und/oder Objektivität, getreu dem Motto: was kümmert mich mein Blog von eben.

Schlußfolgerungen

Warum es so wichtig ist, Journalismus nach allen Regeln der Kunst als „öffentliche Aufgabe“ zu verteidigen, sollten die vorangegangenen Ausführungen verdeutlichen. So ist es keine Geste der Eitelkeit oder „Verteidigung einer elitären Position“⁴⁴, die Journalismus vom so genannten „Bürgerjournalismus“ trennt, sondern fundamentale Unterschiedlichkeit. Es empfiehlt sich daher, auf den Begriff zu verzichten, sonst müßte man in absurder Präzisierung von „Journalistenjournalismus“ sprechen. Auch Blogs können nach professionellen journalistischen Standards geführt werden. Sie mögen dann langsamer, weniger „gonzo“ oder weniger subjektiv, dafür aber redlicher, faktentreuer und gemeinwohldienlicher sein. Karl Kraus hat einmal trefflich formuliert: Das Niveau ist hoch, es ist nur niemand drauf. So scheinen für die Blogosphäre allein selbstregulatorische Kräfte Wirksamkeit entfalten zu können.

Man mag hoffen, dass Qualität sich durchsetzt, und sei es dadurch, dass die Abrufzahlen verlässlicher Weblogseiten höher sind als andere, die im digitalen Orkus verbleiben. Damit der Nutzer leichter die Spreu vom Weizen scheiden kann, könnte eine Kennzeichnungspflicht für journalistische Blogbeiträge hilfreich sein, analog zur Ziffer 4, Richtlinie 1, dass der Journalist sich als solcher bei seinen Recherchen zu erkennen gibt. Oder eine Qualitätsverpflichtung in der Art eines Gütesiegels. Es wird sich zeigen, ob sich der „code of conduct“ der Bloggerszene nicht ohnehin in diese Richtung entwickelt.

Für die Betreiberseite, bestehend aus Verlagen, Sendern, Rundfunkanstalten, Anteilseignern etc., folgt, dass wirklicher Journalismus nur unter bestimmten Rahmenbedingungen zu haben ist. Guter Journalismus kostet Zeit, und er kostet Geld. Er erfordert ein Verständnis, das publizistisches Wirken als geistiges Gut und Dienst am Gemeinwohl ausdrücklich wertschätzt. Aus ihm leitet sich die Bereitschaft ab, angemessene Infrastrukturen zu schaffen, damit ein qualitativ hochwertiger Journalis-

⁴⁴ Lünenbürger-Reichenbach, a.a.O., S. 98; analog Albrecht Ude, a.a.O., S. 68.

mus gedeihen kann. Gewiss liegt die Lösung nicht immer in einem Mehr an Personal, sie liegt auch in einem Mehr an Selbstverpflichtung. Wo Journalismus bereit ist, sich von innen auszuhöhlen, hilft auch kein Planstellenplus. Journalisten, die unter der Hand Material aus ihren Redaktionen zuspüren, über das sie sich dann später, wenn dies bei TV Total durch den Kakao gezogen wird, echauffieren, ist auch mit mehr Kollegen nicht zu helfen.⁴⁵ Sie haben ihren eigentlichen Auftrag schon vorher preisgegeben.

Andererseits darf nicht übersehen werden, dass wirtschaftliche und ethische Gegebenheiten korrelieren. Seit 1993 sinkt die durchschnittliche Zeit, die für Recherche in den Redaktionen aufgewendet wird, signifikant. Seit 1998 ist die Zahl der Texte, die in den Lokalteilen von Regionalzeitungen nur noch auf eine, statt zwei Quellen verweisen von 20 auf 30 Prozent gestiegen.⁴⁶ Der existenzielle Druck, der auf vielen Freien lastet und durch immer geringere Honorierung der Medien noch vergrößert wird, treibt nicht zuletzt die Anzahl an Journalisten, die neben ihrer eigentlichen redaktionellen Arbeit auch noch PR-Aufträge annehmen, nach oben. So darf es nicht verwundern, dass in Amerika bereits *Watchblog*initiativen existieren, die unter „Adopt a journalist“ die Neutralität und Kohärenz in der Berichterstattung von Journalisten beurteilen. Verkehrte, aber konsequente Welt: Wenn Journalisten ihre wahre Funktion preisgeben, besetzen andere diese Lücke. Objektiv verlässliche Information sucht sich eben ihren Weg. Man darf die Dinge einfach halten, aber mit Albert Einstein eben nicht einfacher: Damit objektive Information der strukturelle Normalfall bleibt, dürfen bestimmte Standards nicht unterschritten werden.

Auf Seiten der journalistischen Zunft bedarf es der Pflege einer altmodischen, aber nicht hoch genug einzuschätzenden Tugend, der der inneren Unabhängigkeit von Interessen: parteipolitischen, wirtschaftlichen, kommerziellen, institutionellen, verlags- oder sendereigenen inklusive. Ferner die Verpflichtung zu uneingeschränkter Professionalität, was den berufsethischen Selbstvergewisserungsprozess im allgemeinen - Stichwort Pressekodex -, aber auch im individuellen Fall einschließt. Ethische Urteilsbildung kann freilich letztbegründend nicht durch andere geleistet werden, jeder Journalist ist auf sein eigenes Urteilsvermögen angewiesen. Nur durch die individuelle Reflexion und die Bereitschaft, persönliche Verantwortung zu übernehmen, kann es sich entwickeln.

⁴⁵ Roland Kirbach: „Zum Abschluß freigegeben“ (Dossier). In: Die Zeit, Nr. 24, 9. Juni 2005.

⁴⁶ Vgl. die Ergebnisse der Benchmark-Studie von Michael Haller (Uni-Leipzig) unter www.uni-protokolle.de/nachrichten/id/91944.

Nie war es technisch bedingt so einfach für Journalisten und Privatleute, sich öffentlich an Gerücht, Gerede oder (Sensations-)Gier zu beteiligen. Nie war es so schwer, die erworbenen journalistischen Standards gegen das technisch Machbare zu verteidigen. Auch der Pressekodex bietet zunächst nur eine Richtschnur, seine Richtlinien müssen als *work in progress* verstanden werden, das durch verschiedene Initiativen durchaus kritisch begleitet wird.⁴⁷ Dass die Zunft ihren ethischen Diskurs umgekehrt proportional zur tatsächlichen Realität in den Redaktionen führt, mahnt zum Umdenken.

Eine wichtige Aufgabe kommt hier einer medienethisch profunden Ausbildung zu. Je weniger Zeit im redaktionellen Alltag für ethische Diskussionen bleibt, um so wichtiger ist ihre Förderung gleich zu Beginn der journalistischen Ausbildung. Freilich nicht im Sinne von *ex cathedra* verkündeten ethischen Sentenzen, die es zu pauken gälte, sondern im Sinne einer fruchtbaren Aneignung in der persönlichen Urteilsbildung. Dies hat unmittelbar mit dem journalistischen Handwerk zu tun, geht aber nicht völlig darin auf. So gibt es immer wieder Beispiele, die handwerklich sauber gemacht, ethisch aber doch fragwürdig sind. Das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp), das seit mehr als drei Jahrzehnten von der Deutschen Bischofskonferenz unterhalten wird, misst dem wertorientierten Qualitätsjournalismus besondere Bedeutung zu. Ethische Fragestellungen oder Gebote wachsen im ifp aus der Mitte eines lebendigen christlichen Glaubens. Dieser ist freilich keine Garantie, dass der katholische Journalist *per definitionem* besser und wertorientierter handelt. Aber alles Potential dazu hätte er.

⁴⁷ Vgl. Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V. (www.publizistischer-selbstkontrolle.net) oder Netzwerk Recherche e.V. (www.netzwerk-recherche.de).