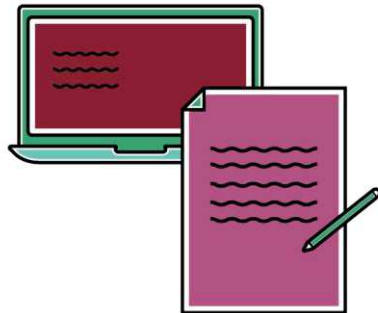


J09 Digitaler Journalismus

Timo Stoppacher & Nea Matzen



Digitaler Journalismus

1	Grundlagen zum Journalismus im Internet	9
2	Das Produkt	19
2.1	Welches Produkt biete ich an?.....	19
2.2	Wie produziere ich das Produkt?	70
3	Wie Inhalte Nutzer erreichen	116
4	Erlösquellen erschließen.....	136
5	Weiter gehende Informationen.....	152

Digitaler Journalismus

■ Einleitung: Im Netz der unbegrenzten Möglichkeiten

Kaum zu glauben, aber wahr: Noch vor ein paar Jahren dachte man in einigen Medienhäusern, dass dem Internet kein besonderer Stellenwert beizumessen sei. Print verdiente schließlich prächtig. Dass sich diese Zeiten längst geändert haben, dürfte jedem klar sein.

Das Internet hat unsere Art zu kommunizieren und zu konsumieren nachhaltig verändert – über alle Alters- und sozialen Schichten hinweg. In Deutschland nutzen im Jahr 2018 mittlerweile mehr als 80 Prozent der Bevölkerung das Internet, die überwiegende Mehrheit auch mit dem Smartphone. Das Internet ist also immer und überall verfügbar.

Die neuen Konsumgewohnheiten haben sich natürlich auch auf den Journalismus ausgewirkt. Zum einen haben sich journalistische Geschäftsmodelle verändert: Wer immer und überall kostenlos Nachrichten abrufen kann, kauft vielleicht keine gedruckte Zeitung mehr. Zum anderen lassen sich Geschichten heute durch technische Features vielfältiger erzählen: Durch die Kombination von Text, Bild, Ton und Video entstehen völlig neue Darstellungsformen. Doch jeder Journalist sollte sich überlegen, welchen Teil seiner Geschichte er mit welchem Format erzählt, um die Stärken der einzelnen Formate zur Geltung kommen zu lassen.

Da fast alle Journalisten und Journalistinnen in Zukunft (auch) online arbeiten werden, ist es für Berufseinsteiger sowie für Umsteiger aus den klassischen Medienbereichen Fernsehen, Radio und Print notwendig, die Arbeits- und Produktionsweisen im Internetjournalismus zu kennen. Dabei ist es nicht notwendig, besonders versiert am Computer zu sein oder programmieren zu können. Aber Onlineredakteure sollten sich mit dem Handwerkszeug der Programmierer und der Grafiker so gut auskennen, dass sie wissen, was umsetzbar ist. Und sie sollten die – häufig aus dem Englischen entlehnten – Begriffe kennen, die in der Onlinewelt zum alltäglichen und nicht einmal fachspezifischen Jargon gehören. Die Freude am Umgang mit der Technik kann aber nicht schaden, ebenso wie die Bereitschaft, ständig Neues auszuprobieren und sich auf seine journalistische Tauglichkeit prüfen zu lassen.

Gleichzeitig werden häufig noch viele weitere Fähigkeiten und Kenntnisse verlangt: juristische Grundlagen vom Datenschutz über das Urheberrecht bis zur Einzelfallbeurteilung, ob ein Kommentar auf einem Social-Media-Kanal schon den Tatbestand der Volksverhetzung erfüllt. Dazu kommt die Fähigkeit, mit dem mündigen Mediennutzer auf Augenhöhe zu kommunizieren. Und sehr oft werden wir mit der Frage konfrontiert werden, wie wir mit Journalismus im Internet eigentlich Geld verdienen können.

Neue Konkurrenz an jeder Ecke

Das Schöne am Internet: Jeder kann einfach etwas veröffentlichen.

Das Schlimme am Internet: Jeder kann einfach etwas veröffentlichen.

Das Internet mit seinen vielfältigen Publikationsmöglichkeiten verändert auch die Rolle und das Selbstverständnis von Journalisten und Medienkonsumenten immer mehr. Jede und jeder kann bei YouTube ein Video hochladen. Wer will, kann in unzähligen sozialen Netzwerken oder in den Kommentarforen von Onlineportalen seine Meinung posten. Wer mag, twittert privat oder beruflich oder beides. Wer der Welt etwas zu sagen hat (und nicht nur dann), schreibt sein eigenes Blog.

Leser und Zuschauer werden zu Publizisten und gestalten ihre eigenen Medien. Am besten hat das Jay Rosen, Professor für Journalistik an der New York University, auf den Punkt gebracht: Er spricht von „The People Formerly Known As The Audience“, über die Suchmaschine auch zu finden unter TPFKATA. Das alte Sender-Empfänger-Modell – sendende Journalisten, empfangendes Publikum – ist im Netz ausgehebelt. Das erfordert einen neuen Umgang mit den aktiven Nutzern.

Deshalb werden Journalisten im digitalen Zeitalter jedoch nicht überflüssig. Seriöse Berichterstatter werden sich weiter an die Grundregeln der Profession halten:

- Sorgfalt und Gründlichkeit bei der Recherche,
- transparenter Umgang mit Quellen, inklusive Informantenschutz, und
- prägnantes und korrektes Formulieren von Texten, einschließlich des richtigen Konjunktivs in der indirekten Rede und anderer grammatischer Grundregeln.

Orientierung im Netz geben

Für Onlinejournalisten kommt neben dem *Gatekeeping* das *Gatewatching* hinzu. *Gatekeeping* beschreibt die Aufgabe der Redaktionen, zu entscheiden, welche Inhalte und Produkte in welcher Form und zu welchem Zeitpunkt veröffentlicht werden. Einfach gesagt: Ist uns das eine Nachricht wert? Die Redakteure kontrollieren die Schleusen (also die *Gates*), durch die Inhalte an die Leser und Zuschauer gelangen. Durch das Internet haben zwar immer mehr Menschen direkten Zugang zu den Informationen vor den Schleusen, aber diese Informationsvielfalt ist für den Einzelnen ungeordnet und nicht überschaubar. Hier gehört es auch im Netzzeitalter zu den Funktionen der Redaktionsteams, auszuwählen, zu gewichten, einzuordnen und zusätzliche und zuverlässige Informationen im Internet zu suchen und klug zu verlinken. Der Nutzer ist frei in der Wahl seines Onlineportals und seiner zusätzlichen Informationsquellen. Er kann zudem die Möglichkeit nutzen, zwischen Nachrichtenquelle und journalistischer Interpretation zu vergleichen, weil er den direkten Zugang im Web hat.

Dadurch wird auch das *Gatewatching* möglich. Journalisten mit unterschiedlichen Ausbildungen, Auftraggebern und Intentionen recherchieren, um Fakten in Berichten zu verwerten – Journalismus ist niemals fiktiv. Sie beobachten die Schleusen auf allen Kanälen in Social-Media- und anderen Quellen, sie sichten umfänglich und tragen die Ergebnisse für die Berichterstattung zusammen. Dabei geht es darum, Wichtiges zu identifizieren, sobald es verfügbar wird. So konnten zum Beispiel Dutzende Freiwillige in kurzer Zeit mehrere deutsche Bundesminister des Plagiats überführen.