

Der Konsument als Produzent

Einflüsse der neuen Medientechniken auf den Journalismus

Inwieweit verändern die neuen Medientechniken das Verhältnis zwischen Journalisten und Publikum? Eine Veranstaltung der Schweizer Journalistenschule MAZ befasste sich mit dieser Frage.

Noch bis vor kurzem war die Medienwelt in Ordnung. Ein Leser war ein Leser, ein Journalist ein Journalist, und wer sich über das aktuelle Geschehen informieren wollte, griff zu einer Zeitung oder schaltete das Fernseh- oder Radiogerät ein. Dann kamen Internet, Kamera-Handy und iPod, und Leser wurden zu Bloggern, Zuhörer zu Podcastern und Augenzeugen zu Fotoreportern. «Jede eine Reporterin, jeder ein Journalist», proklamieren denn auch die Anhänger des sogenannten Bürgerjournalismus.

Souveränitätsverluste

Was dieser Wandel vom passiven Rezipienten zum aktiven Produzenten, was «citizen journalism» für die traditionellen Medien und den herkömmlichen Journalismus bedeuten könnte, darüber diskutierten am Mittwochabend an einer von der Schweizer Journalistenschule MAZ in Luzern organisierten Veranstaltung Bill Kovach vom American Committee of Concerned Journalists, Pete Clifton, Leiter von BBC News Interactive, «Tages-Anzeiger»-Chefredaktor Peter Hartmeier sowie der deutsche Journalist und Blogger Mario Sixtus. Dies vorweg: Das Ende der «alten» Medien ist von keinem der Referenten heraufbeschworen worden. Einig war man sich indes darüber, dass die Zeiten, in denen allein Redaktionen bestimmten, wann das Publikum was von der Welt erfahren sollte, der Vergangenheit angehören. Denn neue Kommunikationstechnologien würden es heute jedermann ermöglichen, zum Amateurreporter, Laienkorrespondenten und Publizisten zu werden.

Dieses Potenzial versucht die BBC spätestens seit den Bombenanschlägen von London systematisch auszuschöpfen, als sie innert kürzester Zeit mit 20 000 E-Mails, 3000 SMS, 1000 Bildern und 20 Videosequenzen überflutet wurde. In einem «user-generated content hub» befassten sich seither fünf Mitarbeiter ausschliesslich mit Hinweisen und Einsendungen aus dem Publikum, die nach herkömmlichen journalistischen Kriterien bewertet und an die zuständigen Redaktionen weitergeleitet werden. Das Mitteilungsbedürfnis der User scheint ungebrochen zu sein, beabsichtigt BBC-Online-Chef Clifton den «Hub» doch zu einem 24-Stunden-Dienst auszubauen. Entschädigt werden die BBC-Hobbyreporter für ihre Beiträge nicht, denn finanzielle Anreize könnten die Bürgerjournalisten laut Clifton dazu verleiten, zu grosse Risiken einzugehen.

Bill Kovach, altgedienter Journalist und langjähriger Washington-Korrespondent der «New York Times», sieht eine zentrale Aufgabe der traditionellen Medien denn auch darin, den Laien journalistische Grundregeln zu vermitteln sowie Werkzeuge zur Verfügung zu stellen, die es ihnen ermöglichen, «guten Journalismus» zu betreiben. Professionelle Journalisten müssten sich wieder vermehrt in den Dienst der Bürger stellen und diese zu einem kritischen Umgang mit Informationen befähigen. Neben ihrer herkömmlichen Rolle als Gatekeeper müssten die «Mainstream-Medien» nicht zuletzt wieder vermehrt als Sinnstifter

(«sensemaker») agieren und die Konsumenten zu den relevanten Informationen hinführen.

Dass seriöser (Bürger-)Journalismus auf dem World Wide Web aber durchaus auch ohne dazwischengeschaltete Redaktionen möglich ist, versuchte der aktive Blogger und Journalist Mario Sixtus dem überwiegend in den traditionellen Medien tätigen Publikum aufzuzeigen. Journalismus sei schliesslich keine Wissenschaft, sondern ein Vorgang. In Weblogs würden zwar zunächst oft nur Informationsfragmente publiziert. Diese würden von der Blogosphäre, der Gemeinschaft der Blogger, jedoch laufend korrigiert und ergänzt. Verifizierung und Faktenprüfung finde im Netz – im Gegensatz zum traditionellen Journalismus – eben in aller Öffentlichkeit statt: «Deine Leser wissen immer mehr als du. Und viele wissen mehr als wenige.»

Der Wert der alten Medien

Die Skepsis des anwesenden Publikums gegenüber journalistisch tätigen Laien schien indes trotz Sixtus' Ausführungen zu überwiegen. Vielleicht bezeichnend deshalb, dass das Thema «citizen journalism» im Votum von Peter Hartmeier kaum Erwähnung fand. Zwar bewundert der Chefredaktor des «Tages-Anzeigers» die «Frische und Spontaneität» der Bloggerszene, und er hält seine Journalistinnen und Journalisten dazu an, die Welt der Weblogs zu beobachten. Die Zeitung mit ihren professionellen Medienschaffenden habe aber als Dienstleisterin, die einordnet, interpretiert und in der Flut von Informationen die Spreu vom Weizen trennt, noch längst nicht ausgedient. Mag sein. Journalisten und Medienunternehmen werden sich aber wohl bald daran gewöhnen müssen, dass die Rolle des Publikums künftig über Leserbriefe, E-Mails und Forumdiskussionen hinausgehen wird. Auch bei der nächsten Katastrophe wird ein Amateurreporter das Rennen um das erste Bild gewinnen. Und auch der eine oder andere Blogger wird sich mit Sicherheit mit dieser MAZ-Veranstaltung befassen und den vorliegenden Bericht kritisieren, korrigieren und ergänzen.

Martin Hitz