

Journalismus online – Struktureller Wandel der politischen Öffentlichkeit

Dr. Christoph Neuberger, Leipzig/Eichstätt

These 1: Das Internet erweitert die Zugangsmöglichkeiten zur politischen Öffentlichkeit.

Weil ökonomische und technische Zugangsbarrieren zur Öffentlichkeit im Internet fallen, kann sich das *Publikum* der Massenmedien emanzipieren: Rezipienten können nun ohne allzu großen Aufwand die Rolle wechseln und selbst als *Laien-Kommunikatoren* auftreten. Auch die bisherigen *Informationsquellen* des Journalismus können den direkten Zugang zur Öffentlichkeit wählen, anstatt den Umweg über die Redaktionen zu nehmen. Damit scheint ein unkontrollierter Zugang zur Öffentlichkeit, nämlich die Gleichheit der Beteiligten und eine thematische Offenheit erreicht zu sein. Journalismus hat anscheinend im neuen Konzept der Öffentlichkeit keinen Platz mehr. Gerade im Zurückdrängen des Journalismus wird, wenigstens implizit, der Vorteil der Netzöffentlichkeit gesehen.

Journalismus hat in der massenmedialen Öffentlichkeit eine „Gatekeeper“-Funktion und wird oft als „Verzerrungsfaktor“ wahrgenommen: Format- und Nachrichtenkriterien sind systematische Filter, die Themen und Sprecher aussieben (Marschall 1998: 46). Das Publikum kommt, wenn überhaupt, nur „redaktionell vermittelt und sporadisch“ (ebd.: 47) zu Wort (Leserbriefe, Call in-Sendungen etc.). Die Kritik am politischen Journalismus, ob von linker oder rechter Seite, zeichnet das Bild machtvoller professioneller Kommunikatoren, die dazu neigen, die Massenmedien durch einseitige Selektion und Kommentierung zu mißbrauchen und so die „öffentliche Meinung“ zu manipulieren.

Der „*Mythos*“ vom Internet besagt, dass das Öffentlichkeitsideal im neuen Medium verwirklicht werden kann (Roesler 1997: 182f.; Marschall 1998: 47-49): Das Internet lässt als interaktives, dezentrales Netzwerkmedium öffentliche „many-to-many“-Kommunikation zu (E-Mail/Mailinglisten, Newsgroups, Chats). Die Kosten für den Versand von Mitteilungen sind kaum höher als jene für den Empfang von Mitteilungen. Auch Randgruppen haben die Chance, ihre Anliegen zu artikulieren. Bill Gates (1995: 182) verheißt einen kommunikativen Zugang zur Öffentlichkeit via Internet mit so geringer „Vertriebsreibung“, dass „niemand darüber nachdenkt, was es kostet, eine Nachricht abzuschicken“. Der Medienökonom Johannes Ludwig (1997: 220) hat in einem exemplarischen Vergleich der absoluten Kosten für verschiedene Massenmedien belegt, dass das Internet die Kosten öffentlicher Kommunikation auf ein „Minimum“ reduziert. Ludwig (1999: 364) meint deshalb, dass das Internet einem

„Quantensprung gleich[kommt], vergleichbar mit der Erfindung der Buchdruckkommunikation. Beiden Entwicklungen ist gemeinsam, daß sie die allgemeine Zugänglichkeit zu größeren Öffentlichkeitssystemen erlauben, die vormals nicht

zuletzt durch ökonomische Zugangsschranken reguliert wurden, konkret für die meisten Menschen versperrt blieben. In dieser Hinsicht ist der Quantensprung beim Internet sogar bedeutender: Die ökonomischen Folgen der Drucktechnik haben für das System Öffentlichkeit letztlich vor allem Rezipienten produziert; die Internet-Technologie [...] macht es dem aktiven Rezipienten möglich, in die Rolle des aktiven Kommunikators zu wechseln, der sich unmittelbar in gesellschaftliche Veränderungen einklinken kann.“

These 2: Der Journalismus verliert im Internet sein Monopol, den Zugang zur politischen Öffentlichkeit zu kontrollieren.

Redaktionen von Presse und Rundfunk kontrollierten als Schleusenwärter („Gatekeeper“) bislang fast alleine den Zugang zur Öffentlichkeit. Nun treten viele *neue öffentliche Kommunikatoren* auf, die sich nicht ohne weiteres dem Journalismus zu-rechnen lassen. So gibt es auf Politik spezialisierte Plattformen (politik-digital, e-politik) und Portale, bei denen jeder Inhalte einliefern kann (ShortNews.de, ciao.com, meomeo.de etc.). Auch politische Akteure selbst agieren im Internet als Nachrichtenslieferanten und Moderatoren von Diskussionen. Mit dem Monopolverlust verliert der Journalismus einen wesentlichen Teil seines politischen Wirkungspotenzials: Der Einfluss des Journalismus beruht auf kognitiven („Agenda setting“) und persuasiven Effekten („Schweigespirale“), die durch Kumulation und Konsonanz verstärkt werden.

Bei der *Verbindung von Journalismus und Interaktivität* stoßen zwei entgegengesetzte Prinzipien aufeinander. Mit der Kolonisierung des Internet durch den Journalismus wird teilweise versucht, das Machtgefälle zwischen Anbietern und Nutzern von den „alten“ Medien zu übertragen. Es erheben sich Zweifel daran, dass Journalisten bereit sind, Online-Nutzer als Mitgestalter und Kontrolleure zu akzeptieren. Jon Katz, Kolumnist von „Wired Magazine“, vertrat sogar die Auffassung, das Internet sei generell ein unpassender Ort für Journalisten: „They take away what’s best about reading a paper and don’t offer what’s best about being online.“ Von der Zeitung erwarte man Ordnung und Zuverlässigkeit, „Gatekeeping“ und Meinungsführerschaft, was aber mit der chaotischen und egalitären Kultur des Internet unvereinbar sei, und die Redaktionen würden nur eine Illusion von Gleichberechtigung bieten:

„You can write us as many letters as you want, in a faster way than before, and we’ll read them. But we’re still going to decide what’s important, and then we’ll tell you. And we’ll do it in a format that’s even less pleasant, portable, and convenient than the paper itself.“ (Katz 1994)

Ein Desinteresse am „Feedback“ der Nutzer belegt etwa eine Fallstudie über die Redaktion von „MSNBC Interactive“, die an der Universität Mainz entstanden ist: „Die meisten Journalisten im Newsroom kommen mit dem Publikumsfeedback so gut wie nicht in Berührung. Die Meinungen des Publikums spielen auch in den Redaktionssitzungen keine Rolle.“ „Internet Relay Chats“, Abstimmungen und E-mails an die Redaktion seien nichts weiter als „Mittel der Öffentlichkeitsarbeit“ (Schmitt 1998: 323f.) Verschenkt wird damit die Chance, die den Journalisten oft vorgeworfene „Entfremdung“ vom Publikum zu verringern und mehr über dessen Bedürfnisse und Meinun-

gen in Erfahrung zu bringen. Es drängt sich der Eindruck auf: Journalismus im Internet ist nicht nur überflüssig, sondern sogar schädlich. Dies aber scheint ein vor-schnelles Urteil zu sein, denn:

These 3: Auch die politische Öffentlichkeit im Internet besitzt Barrieren für Kommunikatoren. Die Folgen des vereinfachten Zugangs sind außerdem paradox: Die verbesserten Artikulationschancen reduzieren die Wahrnehmungschancen.

Der Politikwissenschaftler Alexander Roesler kommt zum Fazit: „Der Grundirrtum des Mythos [der Internet-Öffentlichkeit] besteht darin zu glauben, dass Öffentlichkeit ein *technisches* Problem darstellt, das sich mit einem geeigneten technischen Instrumentarium lösen lässt.“ (Roesler 1997: 191; H.i.O.) Barrieren für den kommunikativen Zugang zur Öffentlichkeit finden sich auf der Kommunikator- und der Rezipientenseite (Roesler 1997: 186; Marschall 1998: 49-51):

- *Barrieren auf der Kommunikatorseite:* Im Internet finden sich nur *andere* Kriterien der Ausgrenzung und Diskriminierung. Neben kognitiven Erfordernissen (Englischkenntnisse, Kompetenz im Umgang mit dem Computer, Geschicklichkeit beim Tippen von Texten, Sprachgewandtheit) diskriminieren auch ökonomische Faktoren (Hard- und Software, Providergebühren, Leitungskosten). Die Demographie der Online-Nutzer bestätigt die Wirksamkeit dieser Barrieren (hoher Bildungsgrad, überdurchschnittliches Einkommen, jung). In einigen Ländern gibt es auch massive staatliche Behinderungen.
- *Barrieren auf der Rezipientenseite:* Die Unabgeschlossenheit der Kommunikatoren führt zu einer „Informationsflut“, diese wiederum bewirkt eine Orientierungslosigkeit der Nutzer. Außerdem entsteht eine Unmenge an „Informationsmüll“, weil mit einer Veröffentlichung im Internet kaum ein (wenigstens partiell) disziplinierendes und qualitätsförderndes ökonomisches Risiko verbunden ist. Deshalb:

These 4: Der Journalismus bleibt auch im Internet notwendig, es ändern sich aber seine Begründung und seine Rollen.

Die Pointe des Journalismus im Internet ist die Umkehr seiner Begründung. „Gate-keeping“ war bisher Mangelverwaltung: Die traditionellen Massenmedien boten den einzigen Zugang zur Öffentlichkeit, und sie hatten nur eine sehr geringe technische Vermittlungskapazität. Die Lage entspannt sich durch das Internet nur scheinbar, denn der Flaschenhals ist nur an eine andere Stelle verlagert. Im Internet ist nicht mehr die technische Vermittlung von Informationen das Problem, sondern – im Gegenteil – die Bewältigung von „Informationsflut“ und „Informationsmüll“, also die Knappheit an Aufmerksamkeit und Beurteilungsvermögen auf Seiten der Online-Nutzer. Im Internet sind für die Rezipienten die Wahlmöglichkeiten gestiegen, gewachsen ist zugleich die Qualitätsunsicherheit.

- *Informationsquantität (Stichwort „Informationsflut“):* Lyman/Varian (2000: 3, 30f.) geben für 1999 die Zahl der im „Oberflächen“-Web verfügbaren statischen HTML-Dokumente mit etwa 2,5 Milliarden an. Das „tiefe“ Web (Datenbanken, dynamische Seiten, Intranets etc.) bestand aus 550 Milliarden Dokumenten.

- *Qualitätsunsicherheit (Stichwort „Informationsmüll“)*: Weil das ökonomische Risiko gering ist, wird online viel minderwertige Information weiterverbreitet. Der Vorsprung der „alten“ Medien liegt im Internet primär im redaktionellen Bereich: „Indem die Notwendigkeit körperlich vorhandener Medien wegfällt, verliert die Kompetenz der Verlage zu Herstellung und Vertrieb von Informations-Trägermedien an Wert. Übrig bleibt die Kompetenz der Informationssammlung und –aufbereitung [...]“ (Holicki 1997: 183)

Empirischer Beleg für die weitere Notwendigkeit des Journalismus im Internet sind die Reichweitedaten, die zeigen, dass auch hier Vertreter traditioneller Medien an den Schlüsselstellen sitzen und die Aufmerksamkeit der Online-Nutzer bündeln und lenken können. Aufmerksamkeit im Internet ist nicht nach dem Gießkannen-Prinzip gleichverteilt, sondern extrem ungleich, eher vergleichbar einer spitz zulaufenden Aufmerksamkeits-Pyramide. Vom utopischen Anspruch, dass jeder Kommunikator öffentliche Aufmerksamkeit erhalten soll, ist mit dem neuen Medium nur der technische Teil eingelöst.

Für den Journalismus bedeutet das Internet zwar einen Machtverlust, er fällt aber nicht so groß aus, wie es auf dem ersten Blick erschienen ist: Zwar verliert der Journalist die Rolle des alleinigen „Gatekeepers“, der autoritär selektieren kann. Die Rezipienten können die Aufmerksamkeitsgrenzen der Redaktionen überschreiten, weil sie im Internet einen direkten, ungefilterten Zugriff auf Informationsquellen in der gesamten Welt haben, doch wird die Sortier- und Interpretationsleistung ebenfalls auf sie abgewälzt. Orientierungslosigkeit und Qualitätsunsicherheit führen aber dazu, dass Rezipienten die Nachrichtenauswahl und Umwandlung von Information in gebrauchsfähiges Wissen wieder an Spezialisten delegieren und sich dabei besonders den bekannten, von den „alten“ Medien vertrauten Anbietern zuwenden.

Nach Bardoel/Deuze (1999) könnte im Internet ein neue Form des Journalismus, ein „Network Journalism“ entstehen, der die journalistischen Kernaufgaben mit den Zielen des „Public journalism“ verbindet. Der Journalismus, der sich traditionell als Top-down-Profession verstanden habe, könnte die Funktion eines Knoten in einer komplexen Umwelt übernehmen. Bestätigt wird ein geändertes journalistisches Selbstverständnis empirisch durch Singer (1997), die 1995 in drei Fallstudien Onlinejournalisten bei Tageszeitungen über den Rollenwandel befragte, den das neue Medium ausgelöst hat. Der Journalist wandelt sich danach

„from someone who chooses what information to make available to someone who, first, seeks to provide information whose quality distinguishes it from the rest and second, makes sense of the information that is out there“ (ebd.: 86).

Es ginge im Internet nicht mehr darum, die Quantität der Information zu regulieren, sondern ihre Qualität sicherzustellen. Neu entstehende journalistische Rollen im Internet, die – jeweils auf einzelne Potenziale des neuen Mediums bezogen – mit einer stärkeren Orientierung und Aufbereitung von Information verbunden sind (vgl. Dernbach 1998: 56, 62), sind jene des „Navigators“, der metakommunikativ auf relevante Ressourcen im Internet verweist, sie kommentiert und so Orientierung schafft im Informationschaos; jene des „Moderators“, der interaktive, öffentliche Kommunikation in Foren und Chats steuert; jene des „Archivars“, der ältere Informationen strukturiert und mit aktuellen Nachrichten verknüpft.

These 5: Der Journalismus verliert im Internet an Professionalität.

Journalismus ist auch im Internet unverzichtbar, er nutzt bisher aber das technische Potenzial des neuen Mediums zu wenig aus. Es hat sich noch kein eigenständiger Journalismus herausgebildet, der das Potenzial des Internet ausschöpft, sondern es wird im Wesentlichen mehrfachverwertet („Nachrichten-Recycling“). Bei Tageszeitungen und Publikumszeitschriften stammte auch im Frühjahr 2000 noch durchschnittlich etwas mehr als die Hälfte der aktuellen Artikel vom dazugehörigen Printtitel (Neuberger 2000: 313). Gestaltungsmöglichkeiten werden kaum genutzt (Multimedialität, Interaktivität, Verlinkung etc.). Ohne direkte Refinanzierung, also Nutzergebühren, ist Qualitätsjournalismus offenbar nur schwer realisierbar. Die Versuchung ist groß, andere Erlösquellen zu erschließen und dabei gegen journalistische Standards zu verstoßen, etwa gegen die Norm der Trennung von redaktionellem Teil und E-Commerce/Werbung.

Zusammenfassend lässt sich sagen:

- Durch den technisch und ökonomisch vereinfachten Zugang zur Öffentlichkeit im Internet können Publikum und Informationsquellen des Journalismus nun selbst als Kommunikatoren auftreten und direkt Kontakt miteinander (unter Umgehung des Journalismus) aufnehmen.
- Unter Verweis auf die „Informationsflut“ und „Informationsmüll“ werden trotzdem journalistische Leistungen als weiterhin erforderlich angesehen, auch wenn ein Monopol- und Machtverlust zu konstatieren ist.
- Allerdings ändert sich deren Begründung: Prekär ist nicht mehr die technische Vermittlung, sondern die Knappheit an Aufmerksamkeit und Beurteilungsvermögen. An die Stelle des „Gatekeeping“ soll ein orientierender, interpretierender Journalismus treten („Navigator“, „Moderator“, „Archivar“).
- Bisher allerdings wird Online-Journalismus solchen Erwartungen kaum gerecht.

Literatur

- Bardoel, Jo/Deuze, Mark (1999): 'Network Journalism': Converging Competences of Old and New Media Professionals. May 1999. „<http://home.pscw.uva.nl/deuze/publ9.htm#top>“ <28.05.1999>
- Dernbach, Beatrice (1998): Braucht die Multimedia-Gesellschaft Berufskommunikatoren? Aufgaben und Anforderungen im Wandel. In: Dernbach, Beatrice/Rühl, Manfred/Theis-Bergmair, Anna Maria (Hg.): Publizistik im vernetzten Zeitalter. Berufe – Formen – Strukturen, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 53-67.
- Gates, Bill (1995): Der Weg nach vorn. Die Zukunft der Informationsgesellschaft. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Holicki, Sabine (1996): Wie sicher ist das Fundament? Die Zukunft der Zeitung im multimedialen Zeitalter. In: Mast, Claudia (Hg.): Markt – Macht – Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK Medien, S. 179-195.

- Katz, Jon (1994): Online or Not, Newspapers Suck. In: Wired magazine. 2. Jg., H. 9, S. 50-58. „<http://www.wired.com/wired/archive/2.09/news.suck.html>“ <15.11.2000>
- Ludwig, Johannes (1997): Zur Ökonomie des Internet. In: Beck, Klaus/Vowe, Gerhard (Hg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiess, S. 203-224.
- Ludwig, Johannes (1999): Vom Buchdruck zum Internet. Gesellschaftliche Emanzipationsprozesse als Folge ökonomischer Entwicklungen. In: Rundfunk und Fernsehen. 47. Jg., H. 3, S. 341-367.
- Lyman, Peter/Varian, Hal R. (2000): How Much Information? Berkeley: University of California.
- Marschall, Stefan (1997): Politik „online“ – Demokratische Öffentlichkeit dank Internet? In: Publizistik. 42. Jg., H. 3, S. 304-324.
- Marschall, Stefan (1998): Netzöffentlichkeit – eine demokratische Alternative? In: Gellner, Winand/von Korff, Fritz (Hg.): Demokratie und Internet. Baden-Baden: Nomos, S. 43-54.
- Neuberger, Christoph (2000): Journalismus im Internet: Auf dem Weg zur Eigenständigkeit? Ergebnisse einer Redaktionsbefragung bei Presse, Rundfunk und Nur-Onlineanbietern. In: Media Perspektiven. o.Jg., H. 7, S. 310-318.
- Roesler, Alexander (1997): Bequeme Einmischung. Internet und Öffentlichkeit. In: Münker, Stefan/Roesler, Alexander (Hg.): Mythos Internet. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 171-192.
- Schmitt, Christine (1998): Nachrichtenproduktion im Internet. Eine Untersuchung von MSNBC Interactive. In: Wilke, Jürgen (Hg.): Nachrichtenproduktion im Mediensystem. Von den Sport- und Bilderdiensten bis zum Internet. Köln/Weimar/Wien: Böhlau, S. 293-330.
- Singer, Jane B. (1997): Still guarding the gate? The newspaper journalist's role in an on-line world. In: Convergence. 3. Jg., H. 1, S. 72-89.