

Leif Kramp
Leonard Novy
Dennis Ballwieser
Karsten Wenzlaff *Hrsg.*

Journalismus in der digitalen Moderne

Einsichten - Ansichten - Aussichten

 Springer VS

Journalismus in der digitalen Moderne

Leif Kramp • Leonard Novy
Dennis Ballwieser • Karsten Wenzlaff
(Hrsg.)

Journalismus in der digitalen Moderne

Einsichten – Ansichten – Aussichten

Herausgeber

Dr. Leif Kramp
Universität Bremen, Deutschland

Dr. Dennis Ballwieser
Hamburg, Deutschland

Dr. Leonard Novy
Berlin, Deutschland

Karsten Wenzlaff
Berlin, Deutschland

ISBN 978-3-658-01143-7
DOI 10.1007/978-3-658-01144-4

ISBN 978-3-658-01144-4 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Inhalt

<i>Leif Kramp/Leonard Novy/Dennis Ballwieser/Karsten Wenzlaff</i> Journalismus in der digitalen Moderne: Einführung	7
--	---

Teil I: Einsichten

<i>Leonard Novy</i> Vorwärts (n)immer? Normalität, Normativität und die Krise des Journalismus	17
<i>Leif Kramp</i> Profession am Scheideweg. Journalismus zwischen Aufbruch und Existenzängsten	33
<i>Bernd Oswald</i> Vom Produkt zum Prozess	63
<i>Jörg Sadrozinski</i> Zwischen Beruf und Berufung. Wie sich das Bild des Journalisten wandelt	81

Teil II: Ansichten

<i>Philip Grassmann</i> Das Leben der Community	99
<i>Simone Janson</i> Woher kommen die Innovationen im Journalismus? Was Verlage von freien Journalisten lernen können	105
<i>Emily Olson</i> The Open Newsroom	117
<i>Hardy Prothmann</i> Warum hyperlokale Blogs so erfolgreich sind	125
<i>Nicolas Kayser-Bril</i> Wie Computer den Journalismus verändern	135

<i>Ansgar Mayer</i>	
Digital first. Und dann...? Die zentralen Herausforderungen für Deutschlands Medienhäuser	141
<i>Karsten Wenzlaff</i>	
Bezahlbarer Journalismus in der digitalen Moderne	147

Teil III: Aussichten

<i>Stefan Plöching</i>	
Innovation Journalismus INNOVATION	161
<i>Jens Radü</i>	
Technologie als Chance. Auf welche Weise Smartphones, Tablets und die Medientechnologie der Zukunft journalistische Qualität sichern helfen	173
<i>Dan Gillmor</i>	
Unternehmer werden den Journalismus retten (und Sie können einer von ihnen sein)	185
<i>Knut Bergmann / Leonard Novy</i>	
Zur Konkretisierung der Debatte über philanthropische Finanzierungsmodelle	201
<i>Stephan Weichert</i>	
Der dritte Weg. Warum wir stiftungsfinanzierte Medien brauchen	213

Fazit

<i>Leif Kramp / Leonard Novy</i>	
Journalismus in der digitalen Moderne: Aufbruch in eine ungewisse Zukunft	235
<i>Die Autoren und Herausgeber</i>	241
<i>Register</i>	245

Journalismus in der digitalen Moderne: Einführung

„Surfen der Zeitung die Leser davon?“, „Bürgerjournalismus contra Qualitätsjournalismus“, „Qualität unter Druck“, „Lokalzeitung 2020 – Leitmedium oder Auslaufmodell“, „Das Ende des Journalismus: Ist unsere Mediendemokratie noch zu retten?“ – eine kursorische Titelauswahl von Diskussionsveranstaltungen über Status Quo und Perspektiven des Journalismus in Deutschland ergibt ein einhelliges Bild: Über Journalismus zu debattieren, bedeutete in den vergangenen Jahren vor allem Krisenbewältigung. Die auf den Podien präsente Branche, bestehend aus Verlegern, Geschäftsführern, Chefredakteuren und freien Journalisten, entwickelte in dieser Zeit eine eigentümliche Routine darin, ihre Sorgen ob der unsicheren Zukunft ihres Kerngeschäfts kontinuierlich untereinander und mit wechselnden Gästen aus Wissenschaft, Politik und Blogosphäre zu teilen.

Mittlerweile ist das fatalistische Parlieren scheinbar einem optimistischeren, auch konstruktiveren Diskurs über Möglichkeiten eines kreativen Umdenkens gewichen. Dank des zumindest in Deutschland ausgebliebenen wirtschaftlichen Totalfiascos in den Reihen der Presseverlage herrscht ob der Aussicht auf bessere Zeiten vorsichtige Zuversicht. Und in Teilen des (digitalen) Mediensektors ist dank konjunkturellen Rückenwinds sogar Euphorie spürbar. Doch die Umsätze steigen vorerst fast ausschließlich auf journalismusfremden Plattformen oder verknüpften Geschäftsbereichen, die historisch gewachsene Erlösstruktur des Journalismus aus Anzeigenvermarktung und Vertrieb erodiert. Gleichzeitig sieht sich der etablierte Journalismus nicht nur in Europa, sondern viel drastischer noch in den USA dem Vorwurf ausgesetzt, seinen Aufklärungs- und Orientierungsaufgaben nur unzureichend gerecht zu werden – ein Performanzproblem, das sich angesichts ökonomischer Krisentendenzen und gestiegenen Wettbewerbsdrucks noch verschärft.

Das Internet, die Digitalisierung von Kommunikation, Information und damit auch von Öffentlichkeit, ist Ausdruck und Treiber dieser Veränderungen. Wir verstehen den signifikanten Relevanzgewinn der Digitalisierung in zentralen gesellschaftlichen Feldern wie den Medien, der Wirtschaft, der Politik und dem Alltagsleben als wesentliche Kennzeichen einer digitalen Moderne.¹ Mit diesem

¹ Roesler und Stiegler konstatierten bereits 2005 „eine Diffusion des Terminus ‚digital‘ (...), die diesen mit nahezu allen Aspekten der – eben – ‚digitalen Revolution‘ aktueller Medienentwicklungen mehr oder weniger gleichsetzt (Roesler/Stiegler 2005: 14).

expliziten Bezug auf die sozio-kulturelle Modernisierung zeitgenössischer Gesellschaften wird dementsprechend nicht einseitig auf Medien und Journalismus als Objekt des Wandels oder auf Technologien als Treiber der Transformation Bezug genommen. Vielmehr wird der Bedeutungsgewinn (digitaler) Medien im Kontext anderer, teils langfristig wirkender Metaprozesse wie Individualisierung und Globalisierung betrachtet. Folglich in den Blick rücken somit die Wechselwirkungen zwischen medialen Wandel, sich verändernden kulturellen Praktiken und Kulturen sowie letztlich der sich potenzierenden Dynamisierung gesellschaftlicher Verhältnissen.

So erfahren primär die Kommunikations-, Informations- und damit die Mediennutzungsgewohnheiten in der Bevölkerung einen grundlegenden Wandel. Mit inzwischen einer Milliarde Nutzer hat sich Facebook zu einem aus heutiger Sicht nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil der kommunikativen Infrastruktur moderner Gesellschaften entwickelt (vgl. Röhle/Leistert 2011), welches allein durch seine Reichweite die tradierte Unterscheidung von (publizistischen) Massenmedien und „persönlicher“ Kommunikation in Frage stellt. In Folge des Aufstiegs von digitalen Medien, Web 2.0 und Mobilkommunikation zu zentralen Kommunikations- und Informationsvehikeln stehen die Funktionen und Einflussbereiche von Medienorganisationen und deren Ökonomien, aber auch ihrer Protagonisten zur Debatte. Die traditionellen Intermediäre in Medien wie Politik sehen sich mit neuen Akteuren, Faktoren und Phänomenen beim Zustandekommen öffentlicher Debatten und Entscheidungsprozesse konfrontiert. Neue Akteure treten auf das Spielfeld, während Medien und Politik vielerorts lange Vorstellungen der analogen Welt der Massenkommunikation verhaftet geblieben (vgl. Vowe 2011). Tangiert sind Logik und Kultur des Journalismus, angefangen bei, aber bei weitem nicht ausschließlich bezogen auf die Produktion und Verbreitung journalistischer Güter. Diese waren schon immer auch eine originär renditeorientierte Unternehmung. So ist – abgesehen von im Laufe des 20. Jahrhunderts aufkommenden öffentlich-rechtlichen Organisationsmodellen – die ins 19. Jahrhundert zurückreichende Geschichte der Massenmedien maßgeblich geprägt von kapitalistischen Triebkräften und der Konkurrenz bei der Besetzung von Aufmerksamkeits- und Anzeigenmärkten. Journalismus ist jedoch weder irgendein kulturelles Produkt noch irgendeine kreativ-innovative Industrie. Journalismus und Medien gelten, nach dem britischen Philosophen Isaiah Berlin (1909-1997), als zentraler Teil unserer „allgemeinen Erfahrungsstruktur“ („general texture of experience“, Berlin 1999: 114), als Kommunikationsmittel und Bindeglied moderner Gesellschaften. Sie stiften Sinn und Orientierung und entscheiden wesentlich darüber, in welchem Ausmaß es uns gelingt, unsere Welt zu begreifen – oder eben nicht. So normativ dieses Postulat auch sein mag: Eine freie und durch Vielfalt geprägte Presse- und Medienlandschaft schafft Informations-,

Erklärungs- und Reflexionsinstanzen, welche gerade in Zeiten der Veränderung von Lebens- und Arbeitswelten wichtige Orientierung bieten können. Und selten wandelten sich Kultur und Gesellschaft so rapide wie in der zeitgenössischen digitalen Moderne.

Dies ist umso wichtiger, als die angenommene Krise öffentlicher Kommunikation keine Krise mangelnder Information ist, Verknappung und Reglementierung gerade nicht die kennzeichnenden Zwänge der digitalen Medienlandschaft sind. Vielmehr führt die exponentiell steigende Vielfalt an Informationen durch das Internet dazu, dass heute immer mehr Informationen gesichtet, analysiert und aufbereitet werden (müssen). Komplexität und Geschwindigkeit nehmen zu, die Gefahr von Fehlinformation und der Einfluss von interessensgeleiteter PR wird größer. Der Gesellschaft droht ihr wohl wichtigstes Korrektiv zu zerfallen: Seriöse, sachgerechte Berichterstattung erreicht schon heute jüngere, schlechter ausgebildete Bevölkerungsschichten mehr schlecht als recht – und dies zu einer Zeit großer und komplexer sozio-kultureller, globaler Herausforderungen und Bedrohungen, für deren Bewältigung der Bedarf an sorgfältig recherchierten, professionell aufbereiteten und nicht zuletzt wahrheitsgetreuen Informationen größer denn je ist. Letztlich berühren die hier nur cursorisch skizzierten Veränderungen somit nicht nur Kommunikationskulturen und Strukturen gesellschaftlicher Selbstverständigung sondern ganz umfassend betrachtet demokratische Prozesse. Damit muss nicht notwendigerweise Niedergang und Verfall einhergehen. Doch zeigt sich Veränderungs- und Erneuerungsfähigkeit einer Gesellschaft unter den Vorzeichen der Digitalisierung gerade in der Rekonfiguration ihrer Selbstverständigung (und Selbstbeobachtung), bei der sich allen voran der Journalismus als primäre Agentur der Öffentlichkeit veränderten Voraussetzungen stellt – angesichts ökonomischer Krisentendenzen und gestiegenen Wettbewerbsdrucks leichter gesagt als getan.

Der vorliegende Sammelband hinterfragt die Ambivalenzen bei der Bestimmung von Wohl und Wehe des zeitgenössischen Journalismus und unternimmt dabei den Versuch, Zustand und Zukunft des Arbeitsfeldes sowohl aus theoretischer als auch aus Praktikerperspektive zu diskutieren. Dabei werden Ursachen und Ausmaße der Medien- und Journalismuskrise ebenso analysiert wie die Herausforderungen für das Handwerk und die professionelle Rollenverteilung. Der Band umfasst jedoch auch Erfahrungsberichte, die konkrete Eindrücke davon vermitteln, welche Wege von Journalisten in digitalen Medienumgebungen bereits beschritten werden. Zuletzt werfen eine Reihe von Beiträgen einen Blick in die (nahe) Zukunft und fragen, welche zum Teil ungewohnten Konzepte und Alternativen wichtiger für den Journalismus werden könnten, als sie es heute sind. In seiner Gesamtheit soll das Buch das Verständnis schärfen für die Prozesse, die den Journalismus in der digitalen Moderne umgestalten, und

ein Bewusstsein schaffen für die Möglichkeiten, die sich im und für den Journalismus erschließen lassen – immer gemäß der Leitfrage, wie Journalisten in der digitalen Moderne ihre zentralen Funktion für die Demokratie gerecht werden können. Es soll erörtert werden,

- welche Strukturen und Akteure Journalismus in der digitalen Moderne prägen,
- welche Schwierigkeiten, aber auch Chancen sich aus neuen technologischen und ökonomischen Rahmenbedingungen hinsichtlich der Finanzierung und Produktion journalistischer Inhalte ergeben und
- mit welchen neuen Anforderungen Journalisten insgesamt konfrontiert werden.

Gegliedert ist der Sammelband in drei Sektionen, die jeweils unterschiedliche Perspektiven auf den Journalismuswandel werfen. Zunächst liefern fünf Beiträge *Einsichten* über die aktuelle Lage des Berufsfeldes: Von der Annahme ausgehend, dass Krisen auch diskursive Phänomene sind und als solche analysiert werden müssen, seziert **Leonard Novy** in seinem Beitrag „Vorwärts (n)immer?“ die verschiedenen (teils langfristigen) Ursachen und Folgen der Strukturkrise. Diese entziehen sich oberflächlichen Erklärungen und einfachen Lösungsvorschlägen: Zu dynamisch und teils widersprüchlich sind die ihnen zugrundeliegenden Entwicklungen, zu unterschiedlich die Auswirkungen für verschiedene Marktteilnehmer.

Leif Kramp widmet sich in seinem Beitrag „Profession am Scheideweg“ der gespaltenen Situation von Journalisten vor dem Hintergrund gewandelter Mediennutzungsgewohnheiten und dem daraus folgenden Wandel ihrer Arbeitsbedingungen: Einkommensklüfte zwischen Jung und Alt und Rationalisierungszwänge bei Sendern und Verlagen stehen einem wachsenden Experimentiergeist und Möglichkeiten der publizistischen Selbstvermarktung gegenüber. Der Fokus der Überlegungen liegt auf den strukturellen Herausforderungen einer sich wandelnden Informationsökonomie in Beziehung zu den Handlungsperspektiven und Rollenmustern der Akteure.

Bernd Oswald beschreibt die wesentlichen Wandlungsprozesse, die das journalistische Handwerk ergriffen haben: In „Vom Produkt zum Prozess“ hinterfragt er, wie Facebook, Twitter und Bürger-Blogs die Produktlogik des journalistischen Arbeitens infrage stellen. Als Kernkompetenz der journalistischen Praxis in der heutigen Medienwelt wird das dialogorientierte Publizieren ausgemacht: Der Input des Publikums und eine durchweg digitale Produktionstechnik ermöglichen ein interaktives und multimediales Erzählen, das eine Informationstiefe von neuer Qualität schafft.