

# Mythos Online-Journalismus

## 1 Einführung

Die meisten traditionellen Medien Presse, Radio und Fernsehen haben in den letzten Jahren Onlineableger gegründet (vgl. Neuberger 2000a+b; Hänecke 1999, Infrass 1999). Die Strategien, die hinter dem Angebot von Onlinemedien stehen, lassen sich zugespitzt als «Mit-dabei-Sein» oder als «Durchhalten-bis-die-anderen-einknicken» charakterisieren (Quandt 2002b: 103). Aber auch branchenfremde Organisationen und Einzelpersonen ausserhalb des Mediensystems etablieren öffentlichkeitswirksame Informationsangebote im Internet. Mit diesen neuen Angeboten ändern sich auch die Produktions- und Rezeptionsbedingungen für den Journalismus. Im Schnittbereich zwischen den Online-Ablegern traditioneller Medien, den traditionellen Medien selbst und den branchenfremden Kommunikatoren im Internet stellt sich die Frage nach der zukünftigen Rolle des Journalisten und den Funktionen des Journalismus im Online-Bereich. Mit dem Begriff «Online-Journalismus» fällt zwar noch kein neuer Journalismus vom Himmel. Vielmehr «oszillieren gewohnte Schemata und Probleme des traditionellen Journalismus in den Online-Journalismus» (Altmeppen/Bucher/Löffelholz 2000: 8).

Nichtsdestotrotz lassen sich Indikatoren dafür finden, dass der Online-Journalismus andere Gesichtszüge aufweist als der herkömmliche Journalismus. Dies betrifft insbesondere das technische Potenzial des Onlinejournalismus, das mit Stichworten wie Multimedialität, globale Zugänglichkeit, permanente Aktualisierbarkeit, Selektivität, Additivität oder auch Interaktivität umschrieben, bzw. operationalisiert werden kann (vgl. Meier 2002b: 147ff.; Deuze 2002; Neuberger 2000a: 20). Dazu kommen neue ökonomische Randbedingungen aber auch neue Funktionszuschreibungen oder Qualifikationsanforderungen, mit denen Mitarbeiter in so genannten Online-Redaktionen konfrontiert werden, bzw. die aus den Funktionen des «neuen Typs» Journalismus abgeleitet werden können.

### Neues Forschungsfeld

Mit der Ausdifferenzierung eines so genannten Online-Journalismus hat sich der Publizistikwissenschaft und insbesondere der Kommunikatorforschung auch ein neues Forschungsfeld eröffnet. Zukunftstechnologien haben schon immer ihre Propheten gefunden, deren Prognosen prinzipiell in zwei entgegengesetzte Richtungen weisen: Die einen sehen in neuen IuK-Technologien phantastische Möglichkeiten, welche dem Journalismus neue Mittel an die Hand geben, beispielsweise publikumsgerechtere Leistungen anzubieten (vgl. Deuze 1999). Die anderen warnen

vor Gefahren, welche den Journalismus aufzulösen drohen (vgl. Wyss 1997). Die Forschung ist in der Regel von überhöhten Problemlösungserwartungen an den Onlinejournalismus gekennzeichnet. In einer Studie, die im April 2002 in der Zeitschrift «Journalism» veröffentlicht wurde, zieht der Autor Mark Deuze folgenden Schluss: «Online journalists are a distinct group of media professionals, who are able to provide today's overload information landscape with an added value – if given the chance.» (Deuze 2002: 97f.).

Aus den Befunden einer Befragung zum Rollenselbstverständnis und zum Tätigkeitsprofil von Onlinejournalisten wird abgeleitet, dass mit dem Onlinejournalismus ein neuer Typ von Journalismus entsteht, der einer eigenen Medienlogik folgt. Dieser neue Journalismustyp ist nicht nur in der Lage den «Information-Overload» zu bewältigen, sondern den Journalismus auch noch mit einem Zusatznutzen auszustatten. Was sich im Online-Journalismus als Möglichkeit eröffnet, wird hier als Faktizität vorgestellt. Es wird dabei ausgeblendet, dass der Übergang von Möglichkeit zu Faktizität an Bedingungen gekoppelt ist. Auf die Rahmenbedingungen des Online-Journalismus fokussiert sich der vorliegende Beitrag, der unter anderem zeigen wird, dass die bisherigen handlungsbezogenen Ansätze der Kommunikatorforschung zu kurz greifen und daher nicht geeignet sind, die gegenwärtigen Entwicklungen erschöpfend zu beschreiben. Die Analyse der Möglichkeiten und Grenzen des Onlinejournalismus muss auch die begrenzenden und ermöglichenden Strukturen der journalistischen Produktion mit einbeziehen.

## 2 Desiderata bisheriger Forschungsansätze

Das Phänomen Onlinejournalismus hat die publizistikwissenschaftliche Forschung stark angeregt. So beschäftigt sich auch die Kommunikatorforschung mit den Faktoren der Her- und Bereitstellung publizistischer Angebote im Internet, wobei die Berufsgruppe der Journalisten den zentralen Forschungsgegenstand abgibt. Die Fokussierung des Interesses auf die Berufsgruppe der Journalisten erklärt sich aus deren hervorgehobener Rolle für das demokratische Selbstverständnis westlicher Gesellschaften. Zahlreiche Studien der Kommunikatorforschung beschäftigen sich mit der Beschreibung von Qualifikationsprofilen oder Erhebungen zu den Merkmalen und Einstellungen von Onlinejournalisten. Ziel ist meistens die empirische Rekonstruktion von Aufgabenverständnis, Tätigkeitsfeldern und Qualifikationen. In der Kommunikatorforschung, die sich mit Onlinejournalismus beschäftigt, stehen folgende Fragen im Vordergrund (vgl. Deuze 2001):

