

Weblogs und Journalismus: 5 Thesen zu einem Mißverständnis

Jörg Kantel
www.schockwellenreiter.de

10. September 2006

Ich denke, daß daher der Weblogger als ursprünglicher Zweitverwerter zum Information-Broker wird und damit einen genuinen Mehrwert generiert. Letzlich befinden wir uns in einer Zeit (eigentlich schon in den 70er Jahren als Posthistoire diagnostiziert), in der Metainformation beinahe einen höheren Stellenwert als Information hat. Das mag daran liegen, daß wir der Information nicht trauen und daher einen Filter benötigen. Es mag aber auch an der großen Fülle, damit der Nicht-Verfügbarkeit ebendieser liegen.
(Thomas N. Burg)

The Web is an writing environment! (Dave Winer)

Der liebe Gott weiß alles, Journalisten wissen alles besser. (Vox Populi)

1 Weblogs und Journalismus haben nichts miteinander zu tun

Weblogs sind erst einmal Mini-Content-Management-Systeme (Mini-CMS), die mit beliebigen Inhalten gefüllt werden. Die Inhalte werden nach einem Zeitstrom in umgekehrt chronologischer Reihenfolge sortiert, das heißt, der jüngste Beitrag steht immer oben. Ältere Beiträge verschwinden nach unten und wandern nach einer gewissen *Schamfrist* in ein Archiv. Womit diese Software *gefüttert* wird, ist beliebig. Ob es ein Tagebuch ist, eine Rezeptsammlung, ein Magazin oder eben ein *klassisches* Weblog mit vielen kommentierten Links, das alles ist der Software völlig egal.

Die meisten Weblogs sind daher **private** Seiten mit **privaten** Meinungsäußerungen. Diese sind vielfältig untereinander verlinkt und bildeten eine der erste *Communities* im Netz, die zum Vorbild für viele andere *Web 2.0*-Anwendungen wurde. Diese Verlinkung und nicht die Popularität einiger so-

genannter *A-List-Blogger* machen Weblogs so erfolgreich. Wenn eine einmal von einem Weblog aufgegriffene Meldung wichtig genug erscheint, dann wird sie vielfältig verlinkt, zitiert und wieder verlinkt, bis sie schließlich doch bei einem A-List-Blogger landet und von dort oft auch den Weg in die *klassischen* Medien findet.

Weblogs greifen in erster Linie Nachrichten auf und kommentieren sie, sie sind (noch) eher selten Original-Produzenten von Nachrichten. Dies verändert sich jedoch zunehmend (vgl. These 2).

2 Weblogs besetzen die Nischen, die von den „klassischen“ Medien nicht mehr bedient werden

Aus Profitgründen haben die *klassischen* Medien viele ihrer ureigensten Aufgaben vernachlässigt oder gar aufgegeben. Eine Stadt (ein Stadtteil) wie (Berlin-) Neukölln hat zwar 320.000 Einwohner, aber keine der Berliner Tageszeitungen verfügt über einen Lokalteil. Nachrichten aus Neukölln (aber auch aus anderen Stadtbezirken Berlins) werden einfach unterschlagen oder kommen bestenfalls im Polizeibericht vor. Hier finden engagierte Bürger mit Hilfe von Weblog-Software den Ausweg. Sie machen ihre Nachrichten selber¹. Ebenso sieht es auch im Sport aus: Abseits von Fußball, Leichtathletik, Formel 1 und einigen anderen *massenkompatiblen* Sportarten wird der Fan von den Massenmedien alleingelassen und behilft sich eben selber: Das *Charmante Damenrugby*² findet hier sein Medium ebenso wie der *Agility-Sportler*³. Aber auch das *Fanzine* feiert seine fröhlichen Urständ im Web, so haben zum Beispiel die *Gothic-Freunde* ihre *Gothische Allgemeine*⁴ im Netz — natürlich in Form eines Weblogs.

Daneben führen auch viele Wissenschaftler und Experten eigene Weblogs, um über ihre Arbeit und ihr Fach zu berichten **und** zu diskutieren. Weblogs sind nämlich **kein** Massenmedium. Sie kosten (fast) nichts und es ist daher völlig legitim, für eine Zielgruppe von *nur* 20 oder von über 20.000 Lesern zu schreiben.

Hier erwächst den *alten* Medien eine Konkurrenz, der sie nur schwer etwas entgegensetzen haben, denn hier schreiben die „Fachleute“ auf ihrem

¹Beispiele gefällig? Für Berlin-Charlottenburg klausenerplatz.twoday.net, für Berlin-Neukölln www.rollberg.de.

²damenrugbycharm.antville.org

³www.agilityblog.de

⁴www.gothischeallgemeine.de

Gebiet, die Kiezbewohner über ihren Kiez, die Sportler über ihren Sport, die Computerspezialisten über Software und die Wissenschaftler über ihre Wissenschaft. Das dabei manchmal ein gewisser „Abstand“ fehlt, wird durch die Möglichkeit des unmittelbaren Kommentierens wieder wettgemacht. Die Leser sind die *Gatekeeper* der Weblogs. Um gelesen zu werden, müssen sich die Autoren ihre *Creditibility* in der Szene erschreiben, ihre Glaubwürdigkeit jeden Tag erneut unter Beweis stellen.

Daher funktionieren meiner Meinung nach Weblogs von Einzelpersonen am Besten. Der Weblogleser möchte eine Stimme hören, an der er sich entweder reiben oder der er zustimmen kann.⁵ Auf jeden Fall möchte er wissen, mit wem er es zu tun hat.

Daraus folgt auch, daß Weblogleser in der Regel eine entsprechende Medienkompetenz besitzen, da sie sehr oft selber Verfasser von Weblogs sind. Unter Weblogautoren gilt die Regel, daß der Leser mindestens so schlau ist, wie man selber, im Zweifelsfalle eher schlauer. Daher verkneift man sich es als Autor sehr schnell, den Leser für dumm verkaufen zu wollen, aber man langweilt ihn auch nicht mit langatmigen Erklärungen der Welt. Warum auch, ein **Link zur Quelle** genügt.

3 Weblogs sind eine Kombination aus synchronem und asynchronem Medium

Radio und Fernsehen sind synchrone, Zeitungen und Zeitschriften sind asynchrone Medien. Das heißt, der Medienkonsument muß bei synchronen Medien immer „anwesend“ sein, wenn das Medienereignis (die Ausstrahlung) stattfindet. Kommt er zu spät, hat es schon stattgefunden. Zeitungen und Zeitschriften auf der anderen Seite können von den Konsumenten dann konsumiert werden, wenn sie es für sinnvoll halten, also zum Beispiel auch in der U-Bahn. Sie erkaufen sich dies durch eine gewisse Verspätung bei der Aktualität.

Weblogs hingegen sind aktuell (oder können zumindest aktuell sein). Eine Nachricht ist in wenigen Sekunden bis einigen Minuten im Netz und für alle erreichbar. Aber das Ereignis verschwindet nicht. Es rutscht vielleicht auf der Startseite nach unten oder landet im Archiv, aber es ist immer da — auch für die Suchmaschinen.

Daneben ermöglichen es neuere Techniken, wie zum Beispiel RSS 2.0, daß

⁵Das immer gerne als Gegenbeispiel für ein funktionierendes Gruppenweblog genannte Bildblog (www.bildblog.de) ist keins: Das Bildblog ist eine Veranstaltung von Journalisten für Journalisten. Das ist legitim, aber es ist eben kein typisches Weblog.

man seine bevorzugte Webloglektüre, sei es als Text-, als Audio- oder auch als Videodatei (hierzu mehr in These 4) auf einen mobilen Reader herunterladen und die Nachrichten auch unterwegs konsumieren kann. So ist nicht nur der zeitversetzte Konsum möglich, sondern mir auch die Wahl des Ortes, an dem ich konsumiere, freigestellt.

4 Das Web ist multimedial

Vor der Erfindung des *World Wide Web* war das Internet eine rein textbasierte Angelegenheit. Das Web hingegen war von Anfang an als multi- und hypermediales Medium geplant. Heute sind Bilder, Töne und Videos im Netz eine Selbstverständlichkeit. Podcasts und Videoblogs (Vlogs) sind die multimediale Erweiterung der Weblogs. Sie ersetzen dabei nicht Radio oder Fernsehen, sondern sind eine eigenes (Sub-) Genre im Internet. Dabei findet insbesondere im Videobereich eine weitere technische Revolution statt. Videofähige Digitalkameras und Handys ersetzen im Web die teure Videokamera. Denn sie sind nicht nur billiger, sondern auch schneller. Der Transport von einer Videokamera auf die Festplatte des Rechners und von dort auf den Server des Providers dauert etliche Minuten bis hin zu einer halben Stunde oder mehr, die Inhalte einer Digitalkamera oder eines Handys dagegen sind entweder via Speicherkarte oder via Bluetooth oder via USB in wenigen Sekunden übertragen — beim Handy kommt noch die Möglichkeit der drahtlosen Übertragung via MMS hinzu. Eine aufwendige Nachbearbeitung findet in der Regel nicht statt, muß auch nicht, da die Videobotschaft im Netz durch schriftliche Nachrichten oder Bilder oder gesprochene Kommentare ergänzt oder kommentiert werden kann.

Multimediale Inhalte werde in bester *Web 2.0*-Tradition mit anderen geteilt. Photocommunity-Seiten wie *Flickr*⁶ oder Video-Hoster wie *YouTube*⁷ oder der deutsche Hoster *SevenLoad*⁸ bieten nicht nur die Möglichkeit, die Bilder oder Videos hochzuladen und zu kommentieren oder kommentieren oder bewerten zu lassen, sondern man kann diese Dateien auch wieder mit wenigen Klicks in seine Webseite oder sein Weblog einbinden. Dabei spielt auch der *Creative Commons*-Gedanke, die bewußte Freigabe von Rechten und der bewußte Verzicht auf Rechte, eine immer größere Rolle.

Um aus einem multimedialen ein hypermediales Web zu machen, fehlt eigentlich nur noch die Möglichkeit, aus einem Audio- oder Videostream heraus oder in einen Audio- oder Videostream hinein zu verlinken. Das W3C,

⁶www.flickr.com

⁷www.youtube.com

⁸www.sevenload.de

das Normierungskomitee des Web hat hierzu schon lange einen Standard verabschiedet, SMIL, die *Synchronized Multimedia Integration Language*⁹. Leider wird dieser Standard von den Browserherstellern noch nicht hinreichend unterstützt¹⁰, um eine weite Verbreitung gefunden zu haben, aber im Zuge der alternativen Web-Clients (wie Organizer oder Handy) ist diese Technik wieder auf dem Vormarsch¹¹.

5 „Internet kills the Radio Star“

Vorhersagen sind schwierig — besonders für die Zukunft.

Die Frage, ob Weblogs oder andere Formen von *Social Software* eine Gefahr für den Journalismus darstellen, wird zwar oft gestellt, ist aber trotzdem falsch. *Social Software* ist keine Gefahr für den Journalismus, aber Journalisten werden in Zukunft *Social Software* für ihre Arbeit nutzen. Und das wird nicht nur Auswirkungen auf die Arbeit der Journalisten haben, sondern auch die Medienlandschaft verändern.

Ich vermute, daß der Rundfunk als erstes diese Auswirkungen zu spüren bekommen wird, sobald die Versorgung mit Internetanschlüssen der Bevölkerung mehr oder weniger flächendeckend erfolgt ist. Denn das Netz kann im Nachrichtsbereich mindestens ebenso schnell reagieren, wie der Rundfunk, die Produktion muß nicht teurer sein und im Gegensatz zum Rundfunk kann das Netz Multimedia, also nicht nur Ton, sondern auch Bild, Text und sogar Video. Außerdem sind weblogähnliche Webseiten ähnlich synchron wie der Rundfunk (neue Mitteilungen stehen immer aktuell oben auf der Seite), aber daneben auch asynchron wie z.B. Tageszeitungen oder Zeitschriften: Man kann im Archiv blättern (vgl. These 3). Dies betrifft vor allem Info-Angebote wie die der *Deutschen Welle* oder der *BBC*. Für eine Schweizer Rundfunkanstalt, die im staatlichen Auftrag weltweit über die Schweiz informieren soll, ist dieses Aus schon gekommen. Sie wird in absehbarer Zukunft nur noch als Webseitenanbieter fungieren.

Mit zunehmend besserer Bandbreite wird dieser *Shift* aber sicher auch die Fernsehanstalten betreffen, zumindest soweit sie als Informations- und Nachrichtenanbieter auftreten. Auch hier wird der Vorteil des Internets als

⁹<http://www.w3.org/AudioVideo/>

¹⁰Der REALPlayer allerdings unterstützt SMIL 2.0 weitestgehend vollständig, Apples QuickTime-Player kann *nur* SMIL 1.0 mit ein paar proprietären, Apple-spezifischen Erweiterungen.

¹¹SMIL 2.0 wurde extra modular aufgebaut, um eine definierte Version für „kleine“ Clients zu haben. Einige der großen Hersteller, wie z.B. Nokia, sind auf diesen Zug aufgesprungen und unterstützen dieses Subset von SMIL in ihren Handys und Organizational

zugleich aktuelles wie auch archivierendes Medium gegenüber dem rein synchronen Medium Fernsehen Katalysator dieser Entwicklung sein.

Aber auch *Podcasting* ist ein erstes Zeichen der kommenden Medienkonvergenz. Wenn es erst einmal möglich sein wird, die Nachrichten in multimedialer Form morgens (z.B. via RSS) auf ein mobiles Gerät herunterzuladen und sich dann in etwa in der U-Bahn diese Nachrichten anzuhören, anzuschauen oder zu lesen, wird der „mobile“ Vorteil auch der Printmedien schrumpfen.

Und auch von der Eingabeseite ist eine Tendenz zur Medienkonvergenz erkennbar: Das Handy als universelles multimediales Aufnahmewerkzeug steht sicher erst am Anfang einer technischen Entwicklung, die den Journalisten als Bild-, Ton- und Textproduzenten unabhängiger und selbständiger machen kann.

Gleichzeitig wird die Tendenz zum *Bürgerjournalismus* zunehmen. Das Produzieren von aktuellen Webseiten ist nahezu kostenlos und schon heute besetzen von engagierten Bürgern oder Fans betriebene Webseiten die Nischen, die von den klassischen Medien aufgegeben wurden (vgl. These 2). All dies wird dazu beitragen, daß sich der Unterschied zwischen *professionellem* und *Bürgerjournalismus* mehr und mehr verwischen wird. Jeder Besitzer eines Internetanschlusses ist quasi damit auch gleichzeitig Lieferant von Inhalt, neudeutsch auch *Content* genannt. Oder wie es der oben zitierte Dave Winer als sein Credo einmal formulierte: *The web is a writing environment*. Das Netz ist eine Arbeitsumgebung für Schreiber. Oder, um es mit Brecht zu formulieren: *Jeder Empfänger ist auch ein (potentieller) Sender*.