

18.05.2006

Presseinformation der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche:

## **Weblogs können den Journalismus bereichern, aber niemals ersetzen**

### **Netzwerk Recherche veröffentlicht Studie zu Blogs und Journalismus**

Weblogs können den Journalismus anspornen und bereichern, aber niemals ersetzen. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Studie, die in der Schriftenreihe des Netzwerkes Recherche erscheint. Sie zeigt, dass es für Journalisten zahlreiche Gründe gibt, Blogger als Konkurrenten, Kritiker oder sogar als die Kopfjäger des Internet einzuschätzen. Außerdem kosten Blogger lieber die Freiheiten des Internet aus, als sich mit den Qualitätsansprüchen des Journalismus aufzuhalten. Auf der anderen Seite stellt der Autor Matthias Armbrorst unter Beweis, dass es ein Fehler ist, wenn Medien-Profis die so genannten „Netz-Tagebücher“ reflexartig ablehnen oder sogar als „Klospprüche des Internet“ diffamieren.

„Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde?“ lautet der Titel der Studie – der vierte Band der Reihe „Recherche-Journalismus und kritische Medienpolitik“, die vom Netzwerk Recherche im Münsteraner Lit-Verlag herausgegeben wird. Damit liegt nun erstmals eine deutsche Buchpublikation vor, die sich gezielt und umfassend mit dem Verhältnis von Weblogs und Journalismus beschäftigt.

Zwar haben sich manche Blogger inzwischen den Ruf als Intimfeinde des professionellen Journalismus erworben. Dennoch dürfte es Journalisten und Öffentlichkeitsarbeitern in Zukunft schwer fallen, die Meinungen bloggender Experten zu ignorieren. Denn längst sind es auch Blogger, die in der Internet-Öffentlichkeit den Ton angeben, Trends und Themen setzen.

Auch zeigt die Studie, wie sich die erfolgreichsten Blogger zu Konkurrenten im Kampf um die immer knapper werdende Ressource Aufmerksamkeit entwickeln. Zum ersten Mal erleben Journalisten, dass sich Leser und Zuschauer wirksam vernetzen und ihre Kritik öffentlich machen. Wer Schwäche zeigt oder gar Fehler macht, kann jederzeit an den Prangern des Internet landen: „Die persönliche Integrität von Journalisten kann schon mit einem unangenehmen Beitrag angekratzt werden“, schreibt der Onlinejournalismus-Experte Thomas Mrazek in seinem Vorwort.

Trotz dieses durchaus gefährlichen Potenzials herrscht selbst unter Medienprofis Unwissenheit. „Wer von Weblogs nicht mehr weiß, als dass sie ‚private Internet-Tagebücher‘ sind, hat wenig begriffen und liegt mit dieser Meinung längst nicht immer richtig“, schreibt Matthias Armbrorst und zeigt anhand zahlreicher Beispiele, wie sich mit der Verbreitung des Weblog-Formats eine schleichende, aber unaufhaltsame publizistische Revolution vollzieht: Mit einem Mal ist buchstäblich

jeder Internetnutzer in der Lage, sein eigenes Massenmedium zu betreiben. In den USA gibt es längst Millionen von Blogs, hierzulande soll die Zahl bei rund 200.000 liegen.

Wie die Analyse zeigt, halten sich die wenigsten Blogger für Journalisten oder fühlen sich verpflichtet, die journalistischen Qualitätsstandards zu beachten. Auch ist ein Teil der Blogger bereit, beleidigende Kritik in Blogs zu akzeptieren. Bei diesen Thesen stützt sich Matthias Armborst auf die von ihm durchgeführte Befragung von rund 150 Bloggern, darunter viele der derzeit am meisten beachteten Schreiber. Diese Befragung ist eine der ersten empirischen Untersuchungen der Weblog-Szene im deutschsprachigen Raum.

„Wer mit Blogs umgeht, sollte wissen, dass er es in aller Regel mit Beiträgen von Amateur-Publizisten zu tun hat, die ihre Themen nach ganz eigenen Kriterien auswählen und auch dann publizieren, wenn die Informationen ungesichert und die Quellen fragwürdig sind“, lautet eines der zentralen Ergebnisse. 90 Prozent der Befragten gaben an, Informationen auch dann zu veröffentlichen, wenn sie denken, dass es sich nur um ein Gerücht handeln könnte. Doch drei von vier Befragten sagten auch, sie machten ihre Vorbehalte kenntlich.

Aus Ergebnissen wie diesen folgert Matthias Armborst, dass der Kosmos der Blogs und Blogger alles andere als ein rechtsfreier Raum ist: „Längst haben sich in der Blogosphäre ungeschriebene Gesetze herausgebildet, die viele Blogger akzeptieren“, schreibt der Autor. Er hält es für einen Fehler, Blogger aufgrund laienhafter Beiträge oder demonstrativer Subjektivität gering zu schätzen: „Bloggern sollte zuerkannt werden, dass sie aufgrund ihrer hohen Internet-Kompetenz und ihrer hochgradigen Vernetzung oftmals besser als Journalisten in der Lage sind, Internet-Informationen zu filtern, aufzubereiten und in Bezug zu setzen.“

Dennoch gibt es für Journalisten gute Gründe, Blog-Einträge nicht pauschal als das Geschreibsel von Internet-Freaks abzutun und stattdessen zu versuchen, die Besonderheiten der Weblog-Kommunikation zu verstehen. Nur dann dürften sie in der Lage sein, sich die –noch relativ seltenen – Blogs mit Inhalten von allgemeinem Interesse als Ideen- und Themenreservoir zu erschließen. Blog-Indizes und -Suchmaschinen stellt der Autor als Möglichkeiten vor, den Stimmungen und Trends der Internet-Öffentlichkeit auf die Spur kommen. Auch zeigt er, dass es sogar für traditionell arbeitende Journalisten sinnvoll sein kann, selbst unter die Blogger zu gehen: „Journalisten mit eigenem Blog schärfen ihr persönliches Profil, gewinnen an Authentizität und signalisieren Erreichbarkeit.“

Über den Autor: Matthias Armborst, 27 Jahre, hat Journalistik und Politik in Dortmund und Jyväskylä/Finnland studiert und bei der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung in Essen volontiert. Der Diplom-Journalist arbeitet für die Nachrichtenagentur Associated Press und schreibt als Freier Journalist für verschiedene Tageszeitungen sowie für die politische Wochenzeitung „Das Parlament“.

**Matthias Armborst: Kopffäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. Band 4 der Reihe: Recherche-Journalismus und kritische Medienpolitik (Herausgeber: Netzwerk Recherche. Münster, 2006. 245 Seiten, 14,90 Euro. ISBN 3-8258-9633-1).**

**Kontakt für Rückfragen:** Dr. Thomas Leif, Tel: 0171/9321891