

Inhaltsverzeichnis

Strukturwandel des journalistischen Publizierens.....	1
Danksagungen	3
Beschreibung des Themas	4
Einleitung und Motivation	5
Was ist Journalismus?	7
Vom Buch zum Internet zur Kulturtechnik.....	9
Weblogs.....	11
Blogs und Journalismus	12
Was macht Bloggen aus?.....	15
Merkmale von Onlinezeitungen, Zeitungen und Weblogs	18
Wege der Publizistik.....	18
Was bedeutet der Begriff Web 2.0 für Blogs und Onlinezeitungen?.....	19
Unterschiede zwischen Blogs und Onlinezeitungen	21
Print- und Onlinezeitungen.....	21
Weblogs: Vom Konzept zum Informationsträger.....	23
Zusammenfassung.....	30
Projektarbeit: Vom Weblog zum Online-Magazin.....	33
Grundannahmen.....	33
Ziel der Umgestaltung.....	34
Evaluation der verschiedenen Content-Management-Systeme.....	35
Konzeption	38
Vorüberlegungen zum Aufbau der Seite.....	38
Strukturierung der Daten	40
Neue Inhaltsformen.....	42
Artikelseiten.....	45
Aufbau der Startseite	47
Navigation	49
Kategorieseiten	50
Fazit	52
Zusätzliche Informationen.....	55
Eidesstattliche Erklärung.....	55

Beschreibung des Themas

Durch das sogenannte Web 2.0 wird die digitale Demokratisierung des Wissens stetig weiter vorangetrieben. Theoretisch ist es durch diese Entwicklungen jeder Person möglich, Wissen im Internet zu konsumieren und auch eigenständig zu produzieren. Mein Projekt "Strukturwandel des journalistischen Publizierens" nutzt das Weblog www.MarcTV.de als Ausgangsplattform für die Entwicklung einer Onlinezeitung. Im Vordergrund steht dabei die Beobachtung, wie sich diese für den Übergang vom Weblog zum journalistischen Online-Medium notwendigen Prozesse weiter verbessern lassen. In diesem Zusammenhang sollen allerdings nicht die Vorzüge des Weblogs zugunsten einer klassischen Onlinezeitung aufgegeben werden. Ziel der Projektarbeit ist vielmehr, eine Webseite zu schaffen, welche die besten Eigenschaften aus den zwei Welten namens Onlinezeitungen und Weblogs enthält und gewinnbringend miteinander verknüpft.

Im Bezug auf mein Projekt werde ich versuchen, folgende Fragen zu klären: Was zeichnet das Web 2.0 aus? Was bedeutet Interaktivität im Bereich der neuen Medien und wodurch sind Onlinezeitungen und Blogs gekennzeichnet - was haben sie gemeinsam und worin unterscheiden sie sich? Was ist das Besondere an einer Symbiose aus Blogs und Onlinezeitungen und welcher Mehrwert lässt sich daraus vermuten? Inwieweit könnte durch diese Mischform der Online-Medien eine positive Veränderung der Medienwelt in den Aspekten Verfügbarkeit, Flexibilität und Aspekten des demokratischen Publizierens eintreten?

Das Projekt "Strukturwandel des journalistischen Publizierens" findet in Zusammenarbeit mit und unter Verwendung der Ressourcen von ZEIT Online in Hamburg statt.

Einleitung und Motivation

"Am meisten aber gefällt mir das Unmittelbare. Denken. Tippen. Veröffentlichen."¹

Die globale Medienwelt hat sich in den vergangenen Jahren durch das Internet stark verändert. Informationen erreichen die Menschen nicht mehr nur über die althergebrachten Kanäle Radio, Fernsehen und Papier, sondern vermehrt über mobile und stationäre Computer in jeder erdenklichen Variation - vom eBook über Mobiltelefon und Laptop bis hin zum Desktop-PC. Dabei ist das Internet in der Lage, die von Radio, Fernsehen und Print bekannten Elemente aus Text, Audio- und Videomaterial ähnlich hochwertig, schneller und miteinander kombiniert darzustellen. Das Internet hat sich somit zu einem universellen und direkten Trägermedium für Informationen und damit zu einer neuen Art des Kommunikationsmittels entwickelt. Und die Bedeutung des Internets und die Möglichkeiten der Mitgestaltung an der Medienwelt sind bei weitem noch nicht abgeschlossen. Doch bis dieser hohe Stellenwert des Internets erreicht war, vollzog die Kommunikation eine Entwicklung, an dessen Anfang die menschliche Sprache steht.

Sprache gilt „als das für den Menschen allein typische und bei weitem am höchsten entwickelte Kommunikationsmittel“². Unterschiedlich jedoch sind die einzelnen Entwicklungsstufen dieses Kommunikationsmittels, abhängig von Bildung und persönlicher Erfahrung. Auch spielt das verwendete Trägermedium eine gewichtige Rolle dabei, welche Zielgruppe erreicht und welche Wirkung erzielt wird. Wie Marshall McLuhan schon festgestellt hat: "Das Medium ist die Botschaft"³. Ob ein Artikel oder eine Neuigkeit zu einem beliebigen Thema also gedruckt in einer Wochenzeitung wie DIE ZEIT, in einer Onlinezeitung oder einem Weblog erscheint, besitzt zusätzlich zum reinen Inhalt stets eine soziale Komponente und liefert damit eine unterschiedliche Perspektive auf

1 Petra Schmitz, Bloggerin
<http://schmitzchen.org>

2 Vgl. (Griese 1976, S. 28)

3 Vgl. (Understanding Media, 2001, Marshall McLuhan, S. 7)

die Information selbst. Wer sich an Kommunikationsvermittlung und Information beteiligen will, sollte sich darüber im Klaren sein, dass um den inhaltlichen Kern immer auch eine Schale aus sozialen, technischen, optischen und möglicherweise auch moralischen Gesichtspunkten existiert. Einem Prisma gleich sorgen diese Aspekte dafür, dass je nach Betrachtungswinkel ein gänzlich anderes Licht auf die an sich faktenbasierte und in den Medien inhaltsgleiche Information geworfen wird.

Beim Konsumieren der zur Verfügung stehenden Medien gibt es zudem einen nicht zu verachtenden demographischen Faktor: Die klassische Informationsvermittlung wird immer weniger durch die gedruckten Medien geleistet. Speziell das Interesse der 14- bis 29-Jährigen an Print-Zeitungen nimmt seit den 80er Jahren stetig ab und hat im Jahr 2008 einen Tiefstwert von 40 Prozent erreicht, wie die AWA-Studie¹ (siehe Abb 1.) zeigt. Doch selbst bei den über 29-Jährigen, die in vielen Fällen noch ohne das Internet als Wissensquelle und daher mit einem starken Bezug zur gedruckten Publikation als Informationsmedium aufgewachsen sind, ist der Anteil mittlerweile auf unter 70 Prozent gesunken.

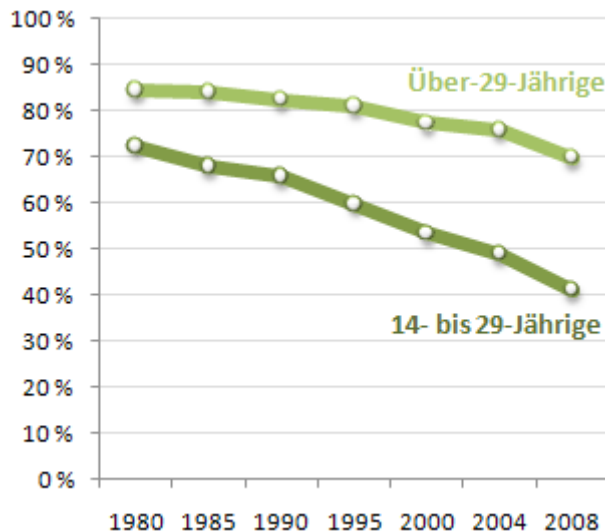


Abb 1) Anteil der Personen, die am Vortag eine Tageszeitungen gelesen haben
Basis: Westdeutschland. Quelle: AWA

1 Allensbacher Werbeträger Analyse 2007 <http://www.awa-online.de/> des Instituts für Demoskopie in Allensbach <http://ifd-allensbach.de/>

Die Leser kehren der traditionsreichen Tageszeitung also zunehmend den Rücken, aber wohin wenden sie sich? Welche Rolle bei dieser Informationsverteilung die Weblogs einnehmen, werde ich in der Arbeit in besonderem Maße analysieren. Hierbei sollen die interessanten Merkmale von Blogs primär gegenüber Onlinezeitungen und sekundär gegenüber Print-Publikation herausgearbeitet werden, um deutlich zu machen, ob darin ein Strukturwandel des journalistischen Publizierens erkennbar ist. Sollte sich diese These bestätigen, werde ich darstellen, in welcher Form dieser Wandel stattfindet und welche Konsequenzen diese Entwicklung für den Journalismus haben könnte.

Was ist Journalismus?

Rein rechtlich kann sich jeder ungestraft als Journalistin beziehungsweise Journalist bezeichnen. Die Berufsbezeichnung "Journalist" ist in Deutschland so wie in einer Vielzahl anderer Länder rechtlich nicht geschützt. In Deutschland hängt diese Freiheit unmittelbar mit dem Grundgesetz zusammen, wo es in Artikel 5 heißt:

"Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten."

Beide Grundrechte, die Informations- und Meinungsfreiheit, sind nach dem Grundverständnis der Demokratie die Voraussetzung dafür, dass ein öffentlicher Kommunikationsprozess in Gang kommt, durch den die Meinungs- und Willensbildung in den Köpfen der Menschen erst möglich wird. Wer also durch publizistische Arbeit an diesem Kommunikationsprozess teilnimmt - egal mit welcher Profession, zu welchem Thema und über welchen Verbreitungskanal - betreibt im Grunde genommen Journalismus. Journalisten selbst sprechen allerdings erst dann bei einer Publikation von Journalismus, wenn sich diese an bestimmte stilistische, qualitative und ethische Grundsätze hält. Auch für einen Großteil der Bevölkerung dienen diese Aspekte als Merkmal des tatsächlichen Journalismus. So basiert jede Veröffentlichung auf einer journalistischen

Konzeptgrafik verdeutlicht den Aufbau und die Bestückung der Blöcke mit den redaktionellen Inhalten.

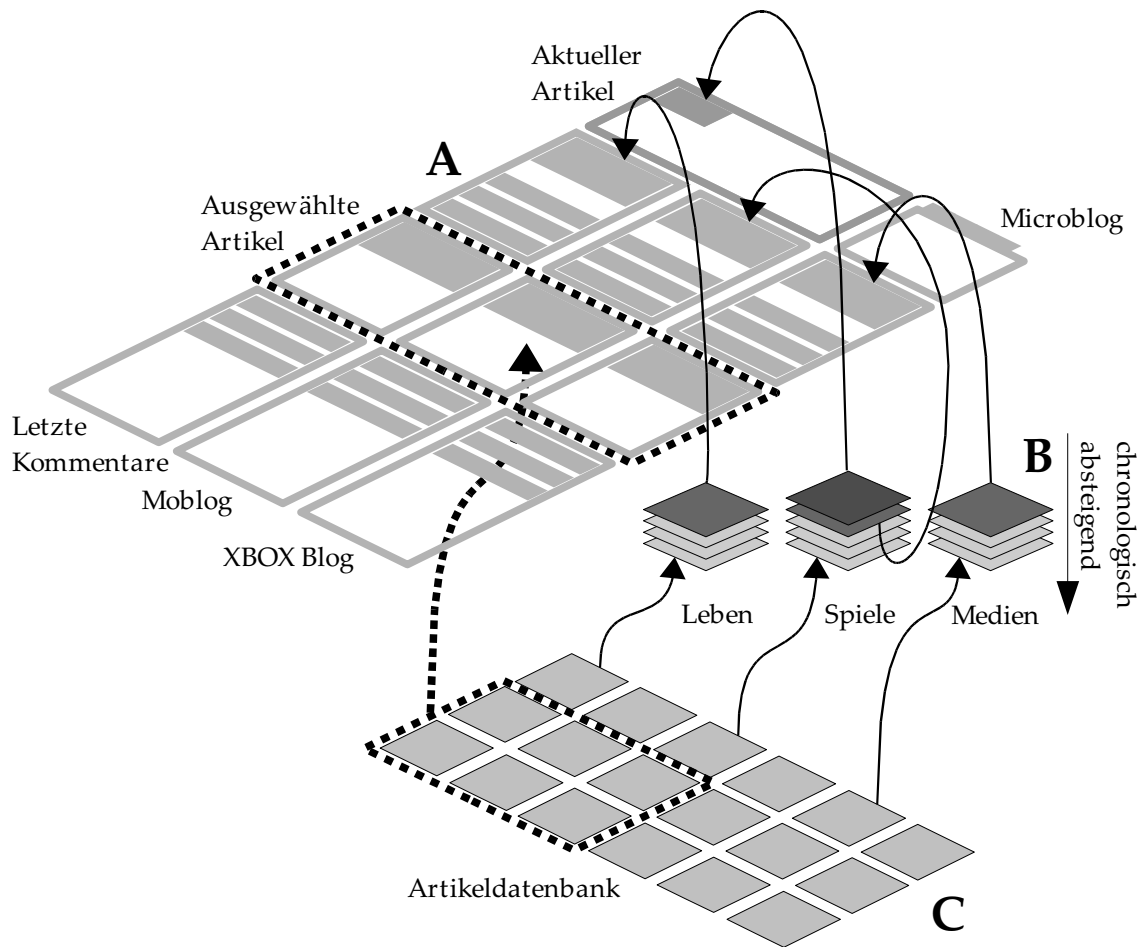


Abb. 6) Die Startseite A wird durch die Kategorien B aus der Artikeldatenbank C gespeist. Das jeweils neuste Element der Kategorien B wird zum Aufmacher der Startseite A. Die Ausgewählten Artikel kommen direkt aus der Artikeldatenbank und bilden eine eigene Kategorie.

Durch die Syndizierung der verschiedenen Datenquellen wie Microblog, Moblog, XBOX-Blog und den längeren und ausführlicheren Artikeln entsteht eine neue Struktur der Startseite des Blog-Magazins. Die kurzen Artikel werden nun durch das Microblog und das Moblog ersetzt und heben die umfangreichen Berichte noch mehr hervor. Gleichzeitig ist die Startseite durch die Rastertypographie übersichtlich gestaltet und wirkt nicht überladen. Damit harmoniert das wiederkehrende 16:7-Bildformat, welches zusätzliche Ruhe in die Aufteilung der Seite bringt.