

Neue Werkzeuge - neue Inhalte?

Journalistische
Recherche in Zeiten
des Internet

Autor: Bernd Kliebhan

info7 1/98 p.16-19

Vortrag bei der
Frühjahrstagung der
Fachgruppe 7 im
Verein deutscher Archivare
Würzburg - 1.4.98

Als ich vor gut 25 Jahren beim Hessischen Rundfunk als Redakteur in der regionalen Fernsehredaktion anfang, dachte in den Rundfunkanstalten niemand auch nur im Traum daran, daß die Arbeit mit Computern in Redaktionen einmal ein ganz selbstverständlicher Bestandteil unseres Alltag sein könnte. EDV - das war damals etwas für Spezialisten, die mit grossen Schränken voller Elektronik, mit Lochkarten und Magnetbändern zu tun hatten.

Das änderte sich relativ schnell, als in der Zeitungsredaktionen von den Verlegern sozusagen über Nacht Agentur- und Satzcomputer eingeführt wurden. Es gab heftigen Widerstand und viele Redakteure in den Rundfunkanstalten beschlossen aus einem Gefühl der Solidarität heraus, sich auf dieses Teufelszeugs möglichst nicht einzulassen. Ein führender Gewerkschaftsvertreter äusserte damals sogar in unserem Sender, er könne sich keinen Bereich im Journalismus vorstellen, in dem Computer sinnvoll eingesetzt werden könnten.

Nun - die Computer haben dennoch auch in den Fernsehredaktionen Einzug gehalten, und ich gebe gern zu, daß ich im HR an dieser Entwicklung nicht unbeteiligt war. Ich fand es nämlich sinnvoller, eine technologische Veränderung aktiv mitzugestalten, als passiv abwartend nur die Folgen zu beklagen.

In meiner Redaktion gelte ich seither als „Computerfreak“ - was völliger Unsinn ist, denn ich finde Computer kaum aufregender als meinen Föhn oder meine Zahnbürste. Computer sind allerdings nützliche Geräte, die die Arbeit von Journalisten enorm erleichtert. Die meisten meiner Kollegen sehen in Computern intelligente Schreibmaschinen. Doch das eigentlich Revolutionäre sind die Kommunikations- und Recherche-Möglichkeiten, die in diesen Kisten stecken.

In vielen Seminaren, die ich im Laufe der Jahre bei der ZFP (Zentrale Fortbildung der Programm-Mitarbeiter von ARD und ZDF), dem Deutschen Journalistenverband und anderen Einrichtungen der journalistischen Aus- und Fortbildung geben konnte, habe ich versucht, meine Kollegen für dieses Recherche-Potential zu sensibilisieren. Vor 10 Jahren bildeten die Teilnehmern von Seminaren zum Thema „Online-Recherche“ noch die Avantgarde einer neuen journalistischen Generation. Heute ist das Thema „en vogue“ und die große Zahl der Anmeldungen kaum noch zu bewältigen. Charakteristisch für viele der heutigen Teilnehmer ist eine ganz eigenartige Mischung aus Ängstlichkeit und Neugierde, mit der sie an die neue Technologie herangehen. Allen ist irgendwie klar, daß

diese technische Revolution die Arbeitsweisen von Journalisten - und vielleicht auch die Inhalte unserer Arbeit - verändern wird, doch wie genau ist unklar. Und viele fragen sich voller Sorge, ob sie da werden mithalten können oder ob das alles nicht viel zu kompliziert ist und sie den Platz werden räumen müssen für eine neue Generation von Computer-Journalisten.

Mit Zukunftsprognosen sollte man vorsichtig sein - getreu der Regel „Der kluge Prophet wartet das Ergebnis ab“. Zu viele unbestreitbar kluge Menschen sind dabei schon fürchterlich auf die Nase gefallen.

Ich will dennoch versuchen, ein Szenario zu entwerfen, wie sich die journalistische Arbeit durch die neuen online-Quellen verändern könnte und wie sich eventuell auch die Inhalte wandeln. Und welche Auswirkungen die online-Recherche in den Redaktionen auf die Arbeit in den Archiven haben könnte.

Zunächst ein Blick auf die gegenwärtige Situation:

Seit der Öffnung des Internets für eine breite Öffentlichkeit werden die Werbeabteilungen der Internet-provider nicht müde, uns diese Technik als Einstieg in eine Welt der grenzenlosen Kommunikation und Information zu verkaufen. Erstaunlich, wieviele geographische Begriffe dabei ins Spiel gebracht wurden: während die Politiker gern von den „Neuen Informationslandschaften“ schwärmen, was Weite signalisiert, aber auch zugleich eine gewisse Bodenhaftung, hob die Industrie die Sache gleich auf eine kosmische Ebene und prägte den Begriff „CyberSpace“ in dem sich allerdings keiner verloren fühlen muss, haben wir doch das „Global Village“.

„CyberSpace“ das suggeriert weite Sicht und das gradlinige Ansteuern ferner Ziele. Und die Werbung verkündet - im Hintergrund der Anzeige funkeln Fixsterne und Galaxien - „Das Wissen der Welt an Ihren Fingerspitzen! Nur wenige Mausklicke trennen Sie von Tausenden von Bibliotheken!“

Alles Quatsch. Der einzige geographische Begriff, der die Realität der Computer-Netzwerke halbwegs trifft, ist der des „Informations-Dschungels“. Besonders das Internet stellt sich dar als brodelndes, wildwüchsiges Info-Biotop. Eine faszinierende Landschaft, in der wunderbare Entdeckungen möglich sind. Und in der man sich heillos verlaufen kann.

Das Internet ist alles andere als eine vollautomatische Wissensmaschine, die uns auf Mausklick die Antwort auf alle unserer Fragen liefert - geschweige denn von selbst herausfindet, was wir wissen wollen. Der Computer ist

kein superschlauer Homunculus - und ein Netzwerk von Computern kompensiert keineswegs die Beschränktheit des einzelnen Rechners und seiner Software, sondern hat eher die Tendenz, die Probleme zu vervielfachen.

Die Werbung ignoriert das Geflüssentlich und zeichnet Bilder von unbegrenzten Informationssphären, in denen es nur eine Frage der Rechenleistung oder der Modemgeschwindigkeit ist, wie schnell ich die gesuchte Auskunft auf dem Tisch habe. Ich kenne eigentlich keinen Bereich der Industrie, in dem Werbesprüche und Realität derart krass auseinanderklaffen. Und ich war gelegentlich - wenn ich bis tief in die Nacht stundenlang das Chaos beseitigen durfte, das eine neue Software auf meinem PC angerichtet hatte - kurz davor, die Softwareproduzenten wegen irreführender Werbung vor den Kadi zu zerren - denn versprochen war eine „problemlose Installation in wenigen Minuten“.

Irgendwann ist dann aber doch - entsprechende Leidenschaft vorausgesetzt - der Internetzugang installiert (oder wieder hergestellt, nach einem Software-update, das einem aufgewungen wurde). Und die Wanderung durch die unglaublichen Informationslandschaften kann beginnen.

Innerhalb von recht kurzer Zeit macht sich daraufhin Ermüchterung breit: das vollmundig angekündigte „Wissen der Welt“ stellt sich dar als ein lautes Getöse von Nichtigkeiten, marktschreierischen Banalitäten, Werbebotschaften ohne Informationsgehalt und allenthalben Bandenwerbung mit grobgerasterten Bildchen von spärlich bekleideten Damen.

Es wundert nicht, daß immer wieder Rufe nach Ordnung und Aufpassern in diesem Info-Dschungel laut werden. Daß sogar nach Zensur im Internet gerufen wird. Ich hoffe, daß diese Forderungen nicht Gehör finden. Denn die Expeditionen durch diesen Dschungel sind nicht nur reizvoll, aufregend und exotisch, sondern journalistisch überaus ergiebig. Nirgendwo sonst können wir - ohne Reisespesen abrechnen zu müssen - uns mit geringem Aufwand einen Einblick verschaffen in Vorlieben und Abneigungen, Leidenschaften und Hobbies, Überzeugungen und Wissensschätze von derart vielen Menschen. Das, was uns interessiert, liegt allerdings in aller Regel nicht direkt am Wegesrand bei unserem Streifzug durch die Netze. Vieles finden wir erst nach langer Suche. Und sehr viel bleibt zwangsläufig unentdeckt.

Mit Phantasie, Glück und Geduld sind jedoch fantastische Entdeckungen möglich, die den Horizont unserer üblichen Recherchetechniken weit hinausschieben. Das geht nicht

ohne entsprechendes Know How, doch die erste Generation von Internet-Rechercheuren ist hier schon sehr weit und gibt das bislang erarbeitete Wissen auch weiter. In wenigen Jahren wird die sichere Orientierung in den Netzwerken eine weit verbreitete Kulturtechnik sein, so selbstverständlich, wie die Orientierung an einem gut bestückten Bahnhofskiosk.

Und wir werden es eines Tages ganz selbstverständlich finden, daß im Internet - wie am Bahnhofskiosk - die „wertvollen“ Informationsangebote nicht ganz vorn liegen. Und daß wir uns erst durch einen Haufen belanglosen Informationsmülls hindurcharbeiten müssen, bis wir auf wirklich Neues und für uns Interessantes stoßen.

Wir haben es mit einem ganz neuen Medium zu tun und wir sind gerade dabei, den sinnvollen Umgang mit dieser unendlichen Flut von Informationen mühsam zu erlernen. Viele Teilnehmer in meinen Seminaren wirken erschreckt, verwirrt und enttäuscht, wenn sie zum ersten Mal mit dem Internet konfrontiert sind. Und fragen durchaus, ob denn dieses krause Gewirr von privaten Homepages, Werbemüll und einigen wenigen Informationsrosinen überhaupt der Aufwand rechtfertigt, im Internet auf die Suche zu gehen. Die Reaktion ist verständlich - doch wie würde wohl ein Eingeborener aus Papua-Neuguinea reagieren, wenn wir ihn bei seiner ersten Begegnung mit unserer Kultur in den schon erwähnten Bahnhofskiosk führen würden? Sicherlich wäre seine erste Frage, ob es sich wegen all dieses Unsinn wirklich lohnt, Lesen und Schreiben zu lernen.

Ich bin sicher, daß man schon in wenigen Jahren über die heutigen Debatten über Sinn und Unsinn des Internets nur noch müde lächeln wird. Denn die Internet-Nutzung wird in den Redaktionen - und nicht nur da - so selbstverständlich geworden sein, wie heute das eigene Telefon.

Bereits heute haben viele Redaktionen ihren direkten Zugang zum Internet. Und über kurz oder lang werden alle anderen nachziehen. Die Hauptnutzung wird dabei - wie generell in der Wirtschaft - sicher e-mail sein, wodurch Telefon, Fax und Briefverkehr sehr schnell zurückgedrängt werden.

Doch die wirkliche Veränderung liegt in der Nutzung des Internets als Recherche-Instrument.

Wie die Informationsbeschaffung online in Zukunft aussehen könnte demonstriert Greenpeace schon seit 2 Jahren. Recherchierende Journalisten, die in der Greenpeace-Pressestelle anrufen, werden seither gefragt, ob sie über einen Internet-Zugang verfügen - und gegebenenfalls auf die Greenpeace-Datenbank verwiesen,

in der der Recherierende sich selbst herausuchen kann, was er wissen will. Das hat für alle Beteiligten Vorteile: Greenpeace spart Personal- und Fax-Kosten. Der anrufende Journalist die Gebühren langer Telefonate. Und letztlich hat er mehr Informationen schneller auf dem Tisch bzw. im PC als mit „konventionellen“ Mitteln.

Nach diesem Muster bieten inzwischen fast alle grossen Unternehmen und Organisationen ihre Pressemitteilungen und Dossiers, oft auch Fotos, Grafiken und Audio/Video-Material an. Bislang ist das ein zusätzlicher Service - über den gedruckten oder gefaxten Dienst hinaus. Und es wird sicher einige Zeit dauern, bis die redaktionellen Zugriffe den Aufwand rechtfertigen. Doch der Weg scheint mir vorgezeichnet und unumkehrbar. Basis-Informationen wie Pressemitteilungen und Unternehmens-Daten, wie sie Pressestellen gemeinhin veröffentlichen, werden sich die Redaktionen in Zukunft direkt aus deren Web-Server holen. Die „Sekundär“-Literatur - also die Nachdrucke dieses Materials in den Zeitungen - ist damit zwangsläufig weniger interessant und rechtfertigt sicher nicht mehr aufwendige Recherchen im hauseigenen Pressearchiv.

Viele Fragestellungen, für die es bislang in Verlagen und Sendern zentrale Dokumentationsstellen vorgehalten werden, werden bei direktem Internet-Zugriff schneller vom Redaktionsschreibtisch zu erledigen sein. Natürlich nicht von jedem Redakteur, aber von den jüngeren, die mit dieser Technik aufwachsen, allemal. Und jede Geschäftsleitung wird sich irgendwann einmal kritisch fragen, welchen Aufwand sie in zentralen Recherche-Stellen treiben will, um auch die Informationsbedürfnisse des letzten Online-Analphabeten in den Redaktionen zu befriedigen.

Zumal immer mehr Archive per Internet erreichbar sind. Bereits heute sind dutzende - weltweit sogar hunderte - von Pressedatenbanken über das Internet recherchierbar. Etliche gratis, andere zu sehr moderaten Kosten. Bislang sind die Übertragungsgeschwindigkeiten noch unerfreulich und die Nutzeroberflächen nicht optimal. Doch schon heute ist der Ausdruck eines 2 Wochen alten Hintergrundartikels z.B. aus der Süddeutschen Zeitung oder der Financial Times schneller als der Gang ins traditionelle Zeitungsarchiv. Und das Papier, das ich letztlich auf dem Tisch liegen habe auch noch besser zu lesen als die Kopie aus dem Haus-Archiv oder der Ausdruck aus der eigenen Presse-Datenbank.

Um nicht falsch verstanden zu werden: ich plädiere nicht für die Abschaffung der hauseigenen Pressearchive zugunsten des Internet-Zugangs in den Redaktionen. Eine eigene, unabhängige Informationsversorgung ist das A und

O jeder Redaktion, die auf eine fundierte Hintergrundberichterstattung Wert legt. Doch die haus-internen Archive müssen wissen, daß sie sehr bald schon in einer harten Konkurrenz zum Informationsangebot im Internet stehen werden. Und da können sie ihre Existenz nur rechtfertigen, wenn sie besser und billiger sind.

Bei der BBC wurde - so habe ich mir sagen lassen - das Prinzip des profit center auch für die Archive eingeführt. Dabei wurde rasch deutlich, daß Information Geld kostet. Und in den Redaktionen wurde schnell darüber nachgedacht, wo dieselben Informationen preiswerter zu haben sind.

Wir werden vermutlich ähnliche Entwicklungen erleben. In der Praxis könnte das so aussehen, daß die Redaktionen Budgets für ihre Archivrecherchen einplanen - und dieses Geld dann auch in vielen kleinen Beträgen für Datenbank-Zugriffe beim Spiegel ode bei Genios und anderen Anbietern ausgeben.

Sicherlich werden wir schon bald micro-inkasso-Systeme im Internet haben. Die Redaktionen werden sich daran gewöhnen, für online-Zugriffe zu zahlen - so, wie sich heute niemand über die Tatsache der Telefonrechnung an sich aufregt, sondern nur über die Höhe derselben. Spätestens dann, wenn sich herumspricht, daß die online-Recherchen deutlich preiswerter sind als vergleichbare Telefonrecherchen, und zudem noch den Vorteil eines sehr einfachen Controlling mit sich bringen, werden auch die letzten Zweifler in den Geschäftsleitungen überzeugt sein.

Die hauseigenen Archivdatenbanken werden, so meine Prognose, schon bald unter derselben Nutzeroberfläche wie das Internet abgefragt werden können und für die redaktionellen User wird es von der Bedienung keinen Unterschied mehr machen ob sie nun in eigenen oder auswärtigen Datenbeständen recherchieren. Daß inhaltlich zwischen der selbstgespeicherten und der irgendwo auf der Welt gefunden Information prinzipiell Welten liegen wird - so fürchte ich - anfangs den Usern nicht ganz klar sein..

Die Online-Landschaft ist bereits heute zu komplex, als daß jeder Redakteur selbst einen Überblick auch nur über Teilbereiche haben könnte. Und in Zukunft wird die Situation sicher noch viel verwirrender werden.

Viele zentrale Archiveinrichtungen bieten sich selbst als Lösung dieses Problems an und verfolgen die Philosophie einer weitgehenden Zentralisierung von online-Recherchen. Das war sicher richtig, solange die externen Datenbank-Recherchen viel Know How und vor allem

üppige Etats voraussetzen. Ich habe selbst noch vor wenigen Jahren für zentrale Informationsvermittlungsstellen plädiert.

Doch die Situation hat sich mittlerweile gewandelt. In dem Masse, in dem die Bedienung einfacher und die Kosten erschwinglicher wurden, sammelte die Dezentralisierung Pluspunkte. Heute bin ich davon überzeugt, daß online-Recherchen als zentralisierte Dienstleistung mit wenigen Ausnahmen weder effizient noch wirtschaftlich sind.

Recherche gehört in die Redaktionen. Nur dort ist das nötige „Hinterkopf“-Wissen zur jeweiligen Fragestellung präsent. Nur dort ist es möglich, in dieser unglaublichen und immer weiter ansteigenden Flut von Information schnell und präzise das Relevante vom Unwichtigen oder bereits Bekannten zu trennen.

Die Konsequenz daraus: in allen grösseren rechercheintensiven Redaktionen werden Recherche-Redakteure einen festen Platz haben. Redakteure, die genau wissen, woran die Redaktion gerade arbeitet und welche Informationen sie braucht. Und die sich gleichzeitig bestens auskennen in den Datenkatakomben der Computer-Netzwerke.

Welche inhaltlichen Konsequenzen könnte es haben, wenn immer mehr Informationen, die Journalisten in ihren Produkten verarbeiten, im Internet gewonnen werden?

Es gibt da eine triste, aber leider schwer widerlegbare Erkenntnis: für viele Redakteure ist eine Information dann am relevantesten, wenn sie gut formuliert und gut präsentiert auf dem Schreibtisch landet oder - besser noch - direkt ins Redaktionssystem gespielt wurde und nicht erst mühsam irgendwo gesucht werden muss. Und auch bei der Recherche, wenn also selbst gesucht wird, schlägt die leicht auffindbare Information locker das irgendwo versteckte Detail.

Was bedeutet das, wenn in Zukunft das Internet eine relevante Informationsquelle für recherchierende Journalisten werden sollte? Nun - jeder, der nicht im Netz vertreten ist, der nicht über e-mail und eigene Web-Pages den Standpunkt seiner Organisation, Firma oder Institution unter die Leute bringt, wird es prinzipiell schwerer haben gehört zu werden. Hinzu kommen einige Spezifika des Internet: auch die gute Platzierung in Suchmaschinen, die Zahl der Links auf die eigene Seite und die evtl. von anderen Medien aufgegriffenen möglichst spektakulären Inhalte im eigenen Angebot entscheiden über den Medienerfolg.

Das ist an sich nichts Schlimmes. Heute entscheiden unter anderem die Werbe- und PR-Etats von Firmen und Parteien darüber, was wir morgen in der Zeitung lesen. Das wird sich durch das Internet natürlich nicht grundsätzlich ändern. Aber bessere Chancen als heute bieten sich für clevere Nobodies allemal. Auch winzige Gruppen ohne finanzielle Polster im Hintergrund können in der Welt des Internet „relevant“ in Erscheinung treten und in den traditionellen Medien Gehör finden.

Worin allerdings auch ein grosses Risiko steckt. Der größte Unfug und die seriöse Top-Information kommen im Internet formal ganz ähnlich einher. Eine perfekt gestylte Site kann voller Fakes und wirrem Zeug sein. Die Erfahrungswerte, die wir im Umgang mit Print-Medien in langen Jahren erworben haben, sind beim Umgang mit Web-Informationen nur noch begrenzt verlässlich.

Für die Selektionsfähigkeit und das Beurteilungsvermögen von Journalisten ist das Internet eine ganz neue Herausforderung. Die Verifizierung der dort gefundenen Information ist oft schwierig. Die schöne Regel, daß eine Information dann als verlässlich angesehen werden kann, wenn sie von zwei voneinander unabhängigen Quellen bestätigt wurde, gilt im Internet nicht mehr. Denn in diesem Verbund gibt es keine voneinander unabhängigen Quellen. Wir müssen im Gegenteil davon ausgehen, daß jeder von jedem abschreibt - wo doch das mit Cut & Paste so einfach ist.

Natürlich, auch in traditionellen Pressearchiven sind wir ständig mit diesem Phänomen konfrontiert. Doch im Internet bekommt das Informations-Recycling eine neue Dimension.

Die großflächige Nutzung von Internet-Information, die wir sicher in der Redaktionen schon sehr schnell erleben werden, ist sicher nicht ohne Probleme. Riskant scheint mir vor allem der allzu unkritische Zugriff auf alles, was so schön praktisch digital bereitliegt und was dem Rechercheur wie im Schlaraffenland fast von selbst auf die Festplatte flattert. Gerade die verstärkt propagierte Push-Technologie - also das quasi automatische Übertragen von ganzen vorfabrizierten Informationspaketen auf die Festplatten der Internet-Nutzer - sollte uns sehr misstrauisch machen. Ganz sicher ist ein langer Lern- und Sensibilisierungs-Prozess erforderlich, bei dem ein kritischer Umgang mit Informationen aus Netzwerken verinnerlicht werden muss. Für die künftige Journalistenausbildung wird das eine der wichtigsten Aufgaben sein.