

Die neue Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten

Machtverschiebung und/oder Zusammenarbeit?

Christine Gnahn und Claudia Raith

kommunikation.medien

Onlinejournal des Fachbereichs

Kommunikationswissenschaft

Universität Salzburg

ISSN 2227-7277

5. Ausgabe / März 2015



<http://www.kommunikation-medien.at>



Abstract

Der erste Blick am Morgen kurz nach dem Aufstehen fällt heute oft nicht mehr in die Zeitung, sondern auf das Smartphone. Statt in Form von Print und Funk, kann mittlerweile fast jede Frau und jeder Mann mit einem Internetanschluss im Netz publizieren und ohne großen Zeitaufwand den jeweiligen Medien Feedback geben. Da die Öffentlichkeit nicht mehr nur auf die Inhalte von Redaktionen und Berufsjournalistinnen und -journalisten zugreifen kann, sondern auch auf Veröffentlichungen und Kritik von jedermann im Internet, die dadurch in den journalistischen Alltag eingreifen können, findet eine Machtverschiebung statt. Folgerichtig stellt sich die Frage, ob Journalistinnen und Journalisten an Autonomie einbüßen. Weiter gilt es zu fragen, ob Journalistinnen und Journalisten die Möglichkeit nutzen, durch das Netz einen wesentlich breiteren Zugang zu den Rezipientinnen und Rezipienten, deren Feedback und Anregungen zu erlangen und diese in deren beruflichen Alltag aufzunehmen. Theoretiker wie Jay Rosen und Dan Gillmor diagnostizieren hier eine deutliche Machtverschiebung (vgl. Rosen 2006: o.S.; Gillmor 2006: 136ff.).

Mit einer quantitativen Onlinebefragung der Rezipientinnen und Rezipienten und qualitativen Interviews mit Journalistinnen und Journalisten aus Fernsehen, Radio, Zeitung und Onlineportalen kommen die Autorinnen allerdings zu widersprüchlichen Ergebnissen: Zum einen räumen die befragten Journalistinnen und Journalisten den Rezipientinnen und Rezipienten einen größeren Einfluss als vor dem Web 2.0 ein, lehnen jedoch jeglichen Autonomieverlust ab. Zum anderen nutzen die Rezipientinnen und Rezipienten ihre Möglichkeit, den jeweiligen Medien ein Feedback zu geben, setzen aber wenig Hoffnung darauf, etwas innerhalb der Berichterstattung ändern zu können.

Right after getting up in the morning, the first glance nowadays is rather at the smart phone than at the newspaper. Instead of publishing via print or radio, everyone with access to the Internet is able to distribute content on the web and provide each article with feedback without spending a lot of time. As it is possible for the public to get their information not only from professional journalists but also via publications and criticism from anyone, who may then intervene in a journalistic life, a significant power shift has taken place. Consequently, the question has to be asked whether journalists lose some of their autonomy. Furthermore, it is important to figure out whether journalists take the given opportunity to get through the Internet by using the greater access to the recipient's feedback and suggestions, and in which way they gather this into their everyday professional life. Theorists such as Jay Rosen and Dan Gillmor diagnosed a significant power shift here (see Rosen 2006: o. S.; Gillmor 2006: 136ff.). By doing both, a quantitative online survey with recipients and qualitative interviews with journalists from television, radio, newspapers and online portals, the authors provided some conflicting results: On the one hand, the journalists admit that the recipients became more powerful than before the Web 2.0, but on the other hand, they disclaimed any loss of their own autonomy. Moreover, the participant recipients stated to take the opportunity, giving the respective media feedback, but they also got their doubts in being able to change something within the coverage itself.

Keywords

Machtverschiebung, Kritikmanagement, Journalistinnen- und Journalistenalltag, Web 2.0, Autonomieverlust, Berichterstattung

Zitiervorschlag

Gnahn, Christine/Raith, Claudia (2014): Die neue Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten – Machtverschiebung und/oder Zusammenarbeit? In: kommunikation.medien, 5. Ausgabe. [journal.kommunikation-medien.at].

1. Einleitung

Der Blick in die Zeitung am Morgen – das Schmökern in dieser beim Sonntagsfrühstück. Das sind Rituale, die die Menschen seit der Kultivierung der gedruckten Zeitung geprägt haben. Doch neue Phänomene in Verbindung mit der Entwicklung des Internets und Web 2.0 sind dabei, diese Gewohnheiten entscheidend zu verändern. Waren es früher exklusiv die Redaktionsmitglieder von Zeitungen, die sich um die tägliche

Berichterstattung über die aktuellsten Neuigkeiten kümmerten, verteilt sich diese Rolle zunehmend auch auf die Nicht- oder auch Laienjournalistinnen und -journalisten (vgl. Rosen 2006: o.S.). Diese sind in der ganzen Bevölkerung zu finden und zeichnen sich dadurch aus, dass sie online publizieren und die Gegebenheiten um sich herum dokumentieren und zumeist in Schrift- oder Videobeiträgen öffentlich zugänglich machen. „Grassroots Journalism“ (Gillmor 2006: 137, 143) nennen Experten wie Dan Gillmor diese Entwicklung, die in sich ein ganz besonderes Potenzial birgt. Durch das Internet und die damit verbundene Fülle an Möglichkeiten, können sich Menschen ohne Redaktionsmitgliedschaft bei einer Zeitung Öffentlichkeit verschaffen. Dadurch ist es für jeden Einzelnen möglich geworden, eben diese Öffentlichkeit an seinen Beiträgen teilhaben zu lassen. Die entscheidende Entwicklung dadurch, mit der sich auch in dieser Arbeit beschäftigt wird, ist die potenzielle Machtverschiebung, weg von den Berufsjournalistinnen und -journalisten und hin zu den publizierenden Bürgerinnen und Bürger im Sinne der ‚Grasroot‘ oder auch ‚Citizen journalism‘-Bewegung. Denn den Bürgerinnen und Bürgern ist es nun nicht nur möglich, eigene Artikel und Videobeiträge zu publizieren, sondern sie können sich auch mit Kommentaren zu journalistischen Beiträgen öffentlich bemerkbar machen und so beispielsweise mit ihrer Kritik auch andere Menschen erreichen. Was früher der Leserbrief war, der letztlich per Post oder später via E-Mail an die Redaktion einging und von eben dieser letztlich entweder zur Kenntnis genommen, eventuell veröffentlicht oder schlichtweg ignoriert wurde, ist heute der Kommentar zu einem Beitrag im Internet, der sofort nach seiner Entstehung von den anderen Leserinnen und Lesern wahrgenommen werden kann. Somit werden auch die Reaktionen der Bürgerinnen und Bürger auf journalistische Beiträge hin schneller publik und damit potenziell mächtiger. Die Frage, die sich konsequenterweise nun stellt, ist diese: Hat tatsächlich eine Machtverschiebung von den Journalistinnen und Journalisten hin zu den Bürgerinnen und Bürgern oder auch Rezipientinnen und Rezipienten stattgefunden und/oder ist diese im Gange? Nutzen die Rezipientinnen und Rezipienten das ihnen gegebene Potenzial durch das Internet oder überlassen sie die Aufgabe der Berichterstattung weiterhin zum Großteil den Berufsjournalistinnen und -journalisten? Wie hat sich die Rolle der Berufsjournalistinnen und -journalisten und das damit verbundene Selbstbild verändert? Sind sie bereit, ihre Kompetenzen und Publikationsmöglichkeiten mit den ‚Grassroot-Journalistinnen und -Journalisten‘ zu teilen? Um diese Fragen zu beantworten, wurden in dieser Arbeit zum einen insgesamt zehn Journalistinnen und Journalisten innerhalb eines Interviews und zum anderen 173 Rezipientinnen und Rezipienten mittels einer Umfrage befragt. Die Autorinnen gingen bei der Arbeit von zwei Hypothesen aus:

1. Durch das Internet und die damit verbundenen Möglichkeiten steigern sich tatsächlich auch die aktive Berichterstattung und Kommentierung durch Rezipientinnen und Rezipienten (keine Berufsjournalistinnen und -journalisten).
2. Die Journalistinnen und Journalisten müssen ihrerseits mit einem wesentlich höheren Ausmaß an Kommentaren arbeiten und sich daraus folgend weitaus mehr den Wünschen der Rezipientinnen und Rezipienten anpassen.

Die Forschungsfrage, um dem Wahrheitsgehalt dieser beiden Hypothesen auf den Grund zu gehen, lautet:

Hat sich die Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten heutzutage verändert und findet damit eine Machtverschiebung in der täglichen Berichterstattung weg von der Berufsjournalistin und dem Berufsjournalisten hin zu den Rezipientinnen und Rezipienten statt?

Die spannenden und teils überraschenden Resultate sind der Inhalt dieser Arbeit.

2. Potenzielle Machtverschiebung

2.1 Gesellschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Relevanz

Ob eine Machtverschiebung zu Gunsten des Bürgerjournalismus stattfindet, ist von Relevanz für jeden, der sich mit dem Tagesgeschehen und seiner Umwelt auseinandersetzt. Man könnte also durchaus sagen: Für die ganze Welt. Denn mit der Befähigung der Bürgerinnen und Bürger, ihre eigenen Einblicke, Ansichten und Standpunkte innerhalb von Publikationen zu vertreten, erhalten diese eine neue Rolle. Sie sind nicht mehr länger ausschließlich Rezipientinnen und Rezipienten, die letztlich von der Berichterstattung der Zeitungen und damit einhergehend den Berufsjournalistinnen und -journalisten abhängig sind, sondern können sich unabhängig ein Bild machen. Sowohl aktiv innerhalb einer eigenen Berichterstattung, als auch passiv über die Berichterstattung von (nicht professionellen) publizistisch tätigen Mitbürgerinnen und Mitbürger. Wer beispielsweise bei einer bestimmten Veranstaltung oder einem Ereignis, beziehungsweise Geschehnis wie einer Naturkatastrophe vor Ort ist, kann das Erlebte live vor Ort filmen und anschließend der Öffentlichkeit preisgeben. Auch schriftliche Dokumentationen von direkt Betroffenen sind damit in der Öffentlichkeit möglich, ohne dass diese über die Legitimation verfügen, in einer Zeitung zu publizieren. Letztlich könnten diese Entwicklungen für den Journalismus-Sektor bedeuten, dass dieser und die Journalistinnen und Journalisten in diesem Feld ihr Selbstverständnis neu definieren müssen. Was bisher als exklusive Kompetenz galt, nämlich das Tagesgeschehen in

Schrift, Ton und Bild mittels Medien an die Menschen zu vermitteln, liegt nun in den Händen von jedem, der über einen Internetanschluss verfügt und sich der Öffentlichkeit mitteilen möchte. Diese Machtverschiebung beinhaltet aus der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive heraus eine Erweiterung des klassischen Shannon-Weaver-Modells, bei dem Informationen von einem Sender über einen Kanal an die Empfängerin und Empfänger geleitet werden. Geht man davon aus, dass bisher die Journalistinnen und Journalisten die Senderinnen und Sender und die Rezipientinnen und Rezipienten die Empfängerinnen und Empfänger dargestellt haben, ist es nun also genauso möglich, dass Journalistinnen und Journalisten, beispielsweise im Zuge von Recherchen, in die Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten schlüpfen. Das bedeutet konkret, dass Rezipientinnen und Rezipienten in ihrer Rolle des Zuhörens möglicherweise ausgedient haben und sich nun selbst ans Werk des Aussendens machen. Journalistinnen und Journalisten verlassen die ausschließliche Funktion des reinen Publizierens und begeben sich selbst in die Rolle der Zuhörerinnen und Zuhörer.

2.2 Theoretische Grundlage und Forschungsstand

Die Autorinnen beziehen sich in dieser Arbeit primär auf die zwei US-amerikanischen Sozialforscher Dan Gillmor und Jay Rosen, die beide von einer zunehmenden Machtverschiebung vom professionellen Journalismus zum ‚Laienjournalismus‘ im Internet ausgehen. Jay Rosen bezeichnet diese Laienjournalistinnen und -journalisten im Netz als „people formerly known as the audience“ (Rosen 2006: o.S.), sprich: Leute, die früher nur Rezipientinnen und Rezipienten waren, werden nun selbst aktiv in Form von selbst gefilmten, fotografierten und geschriebenen Beiträgen, die sie mittels Web 2.0 publizieren und verbreiten können. Damit endet nach Rosen die Einweg-Kommunikation zwischen Massenmedien. Dies bezieht sich ebenso auf den professionellen Journalismus, bei welchem sich ein Austausch zwischen den Journalistinnen/Journalisten und Rezipientinnen/Rezipienten entwickelt hat und keine einseitige Kommunikation auf Seiten des Journalismus herrscht. Die zentrale Macht, die früher von den Medien ausging, verteilt sich nun also auf die einzelnen Internetnutzerinnen und -nutzer und damit Bürgerinnen und Bürger in der Welt. Blogs, so argumentiert Rosen, dienen als verlängerter Arm der Pressefreiheit, da man durch sie nicht mehr auf die früher exklusive Berichterstattung der Massenmedien angewiesen ist. In einer Metapher vergleicht Rosen das Netzwerk innerhalb der Internet-Communities mit einem Schiff, voll mit unterschiedlichsten Passagieren. Während die einen lesen und schreiben, fotografieren die anderen. Es herrscht ein reger Austausch – die Menschen hören demnach eben nicht mehr zu, sondern verknüpfen sich miteinander und kommunizieren selber. Dan Gillmor schlägt mit seiner Theorie in dieselbe Kerbe. Auch er geht von

„the former audience“ (Gillmor 2006: 147) – also der ehemaligen Zuhörerschaft – aus, die er nun als „We the Media“ (ebd.:152) bezeichnet. Letztendlich: Die Medien, das sind wir. Das Publikum lernt, so Gillmor, zunehmend am journalistischen Prozess teilzunehmen und die eigenen Interessensgebiete und Gesprächsthemen zu publizieren. In vielen Fällen, so die Auffassung der Autoren, leisten sie damit bessere Arbeit als die professionellen Journalistinnen und Journalisten (vgl. Gillmor 2004: o.S.). Eine Ursache für diesen Prozess sieht Gillmor nicht nur in der medialen Weiterentwicklung durch das Web 2.0, sondern auch darin, dass das Vertrauen zu Journalistinnen und Journalisten gesunken sein könnte (ebd.). Es werde an journalistischer Qualität gespart, um mit sinkenden Kosten entsprechend mehr Profit für die Medienunternehmen zu schaffen. Dadurch steige der Wunsch der ‚former audience‘, selbst Journalismus zu betreiben und das auszubügeln, was einem selbst missfalle und/oder fehle. Ein wichtiger Begriff, welchen Dan Gillmor einbringt, ist der des „Grasroots Journalism“ (ebd.), frei übersetzt: Bürgerjournalismus. Durch die Glaubwürdigkeit dieser Bürgerjournalistinnen und -journalisten könnte zunehmend sogar eine „News anarchy“ (ebd.) entstehen, so eine weitere These Gillmors. Somit sind sich Rosen und Gillmor einig: Die aktuellen Entwicklungen führen mehr und mehr zu einer unabhängigen Berichterstattung für jeden, der über einen Internetanschluss verfügt. Die einstigen exklusiven Berichterstatte-rinnen und -erstatter, die Journalistinnen und Journalisten, müssen ihre Position damit zunehmend an die nun partizipierenden Rezipientinnen und Rezipienten abgeben. Der Journalismus befindet sich damit in einem Wandel hinsichtlich Autorität und Machtverteilung.

2.3 Annahmen

Im Laufe der Recherche kamen die Autorinnen zu folgenden Annahmen:

Dank dem Web 2.0 ist es heute jeder Frau und jedem Mann mit einem Internetzugang möglich, auf Medieninhalte in nur kürzester Zeit zu reagieren. Deshalb und wegen der Anonymisierung der Angaben bzw. des Namens, gehen die Autorinnen davon aus, dass eine Vielzahl von Rezipientinnen und Rezipienten diese Möglichkeit nutzt, die Medien zu kritisieren oder ihnen ein Feedback zu geben. Dass Kritik oder Feedbacks über das Internet schneller an die breite Öffentlichkeit gelangen können, kann zusätzliche Motivation schaffen. Des Weiteren gehen die Autorinnen davon aus, dass die Redaktionen durch den Zugang der Rezipientinnen und Rezipienten direkt in die Öffentlichkeit viel mehr auf jenen eingehen. Sie müssen sich mit deren Meinungen und Wünschen befassen und können diese nicht mehr so einfach ignorieren. Daher ist davon auszugehen, dass die Rezipientinnen und Rezipienten einen größeren Stellenwert im journalistischen Alltag eingenommen haben als vor dem Web 2.0 und somit in diesen teilweise

eingreifen können. Die Journalistinnen und Journalisten büßen somit etwas von ihrer Autonomie ein, da die Rezipientinnen und Rezipienten nicht weiter die stillen Zuseherinnen und Zuseher, Zuhörerinnen und Zuhörer und Leserinnen und Leser sind, sondern sofort an die Öffentlichkeit treten können. Im Allgemeinen wird hier also von einer Machtverschiebung zu Gunsten der Rezipientinnen und Rezipienten ausgegangen.

2.4 Erläuterung der Durchführung der Forschungsmethode

Zunächst wurden die Daten auf der Seite der Rezipientinnen und Rezipienten mittels eines quantitativen Onlinefragebogens mit maximal 17 Fragen erhoben. Dieser wurde über diverse Plattformen und Kanäle gestreut, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen. Diese Daten sollen später als Hintergrundinformation dienen, um festzustellen, ob die Rezipientinnen und Rezipienten überhaupt die ihnen zugeschriebene Macht nutzen oder nicht. Bei dieser Stichprobe (N=173) handelt es sich um Rezipientinnen und Rezipienten zwischen 18 und 75 Jahren, wobei 64% davon dem weiblichen und 36% dem männlichen Geschlecht angehören. Innerhalb dieses Fragebogens wurden neben den demographischen Daten und der täglichen Mediennutzung auch das Medienhandeln und der Umgang mit den Medien abgefragt. Damit soll tiefer auf das Kommentieren und das Feedbackgeben, sowie damit verbundene Ansichten und Einstellungen, eingegangen werden. Anschließend wurden die Daten mit *SPSS* ausgewertet.

Für eine gelungene Datenerhebung auf Journalistinnen- und Journalistenseite wandten die Autorinnen ein problemzentriertes qualitatives Interview an, das primär face-to-face oder in Ausnahmefällen via Skype oder Telefon geführt wurde. Um an Ergebnisse von Journalistinnen und Journalisten möglichst verschiedener Medienformen zu gelangen, wandten sich die Autorinnen an verschiedene Medien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen und Onlineportale, um so geeignete Interviewpartnerinnen und -partner zu finden. Hierbei erreichten sie acht Journalistinnen und Journalisten. Im anonymisierten Fragebogen werden acht Fragen behandelt. Neben demographischen Daten und der Zeit des Arbeitsverhältnisses bei dem jeweiligen Medium, wird verstärkt auf eine mögliche Machtverschiebung eingegangen. Hierbei werden sowohl allgemeine Fragen behandelt, wie beispielsweise nach dem unterschiedlichen Meinungsäußerungsverhalten der Rezipientinnen und Rezipienten vor und in Zeiten des Internets, als auch Fragen danach, wie sich der Journalistinnen- und Journalistenalltag durch eine potenzielle Machtverschiebung verändert hat. Hierbei wird der Umgang mit diverser Kritik oder Feedback und die Bewertung der Rezipientinnen- und Rezipientenmeinungen hinterfragt und wie sinnvoll es ist, sich nach den Interessen der Rezipientinnen und Rezipienten zu richten. Letztlich wird danach gefragt, inwieweit sich die Journalistinnen und Journalisten Informationen von Seiten der Rezipientinnen und Rezipienten holen und

inwieweit dadurch Autonomie eingebüßt wird. Die hierbei entstandenen auditiven Dateien wurden transkribiert und mit *MaxQDA* ausgewertet und interpretiert.

2.5 Präsentation der Ergebnisse der Rezipierendenbefragung

Nach der Auswertung via der Statistik- und Analyse-Software *SPSS* kamen die Autorinnen zu folgenden Ergebnissen:

Bezüglich der täglichen Mediennutzung greifen 29,5 Prozent der Befragten auf das Internet zu, dicht gefolgt von den sozialen Netzwerken mit 25,7 Prozent. 19,6 Prozent der Befragten nutzen täglich den Fernseher, 16,3 Prozent das Radio und lediglich neun Prozent lesen täglich Print- und/oder Onlinezeitungen. Um sich über das Tagesgeschehen und über aktuelle Themen zu informieren nutzen 35,5 Prozent ebenso das Internet, 20,7 Prozent das Fernsehen, 16,1 Prozent die Zeitung, 15,3 Prozent das Radio und 12,4 Prozent soziale Netzwerke. Von den 173 Rezipientinnen und Rezipienten haben 60,7 Prozent noch nie ihre Meinung gegenüber den jeweiligen Medien geäußert. Auf die Frage nach dem Warum, gaben 72,5 Prozent an, kein Interesse daran gehabt zu haben, 19,3 Prozent hatten Bedenken, dass das Feedback oder die Kritik nie angenommen werden und sie keine Antwort bekommen würden, 5,2 Prozent war die Möglichkeit dessen überhaupt nicht bewusst und drei Prozent gaben sonstige Gründe an. Im Gegensatz dazu haben 39,3 Prozent einen journalistischen Medieninhalt kritisiert oder dazu ihr Feedback abgegeben, hauptsächlich über die Kommentarfunktion im Internet (70,1%), gefolgt vom Verfassen eines Leserbriefes oder einer Email (20,3%), wobei 9,6 Prozent hierfür immer noch zum Telefonhörer greifen. Bei 48,4 Prozent der Befragten wurde auf das Feedback oder die Kritik reagiert, bei 51,6 Prozent hat es jedoch nie eine Rückmeldung gegeben und nur 17,6 Prozent hatten das Gefühl, dass ihre Meinung etwas für die Zukunft bewirkt haben könnte. Allgemein glauben über die Hälfte (57,6%) nicht daran, dass ihr Feedback oder ihre Kritik in den Redaktionen Gehör findet und 83,3 Prozent verneinen es, möglicherweise in die Themenwahl der Medien eingreifen zu können. Dennoch wollen 82,4 Prozent der Befragten auch weiterhin auf journalistische Medieninhalte eingehen, nur 17,6 Prozent wurden verprellt und wollen nicht mehr auf Inhalte reagieren.

2.6 Präsentation der Ergebnisse der Journalistinnen- und Journalisteninterviews

Um ein umfassendes Bild von der Einstellung der Journalistinnen und Journalisten gegenüber ihrem etwaigen Autonomieverlust herzustellen, wurden die befragten Angehörigen dieses Berufes mit bereits genannten Fragen konfrontiert. Acht Journalistin-

nen und Journalisten aus den Medien Print, Fernsehen, Radio und Onlineportalen nahmen am Interview teil. Ihre Antworten waren überraschend ähnlich. Auf die Frage hin, wie schnell Rezipientinnen und Rezipienten heutzutage auf Medieninhalte im Vergleich zu früher reagieren, waren sich fünf der Befragten einig: Es würde spontaner, kritischer, schneller, mehr, intensiver reagiert. Besonders bei negativen Kommentaren sei die Hemmschwelle deutlich gesunken, möglicherweise, so vermutet einer der Befragten, weil viele die Wucht der Reaktionen auf diese Kommentare verkennen würden. Ein weiterer Befragter ging sogar so weit, die Reaktionen als ‚unreflektierter und fast wie im Affekt‘ zu beschreiben. Massenkommunikation sei nicht länger eine Einweg-Kommunikation. Es habe ein Paradigmenwechsel hin zum Dialogischen stattgefunden. Eine Journalistin und ein Journalist stimmten als einzige nicht überein – die Reaktionen seien unverändert geblieben. Auch fiel der Einwurf, der mediale Kontext habe sich ‚dagegen stark erweitert‘.

Reaktionen auf das Rezipientinnen- und Rezipientenfeedback

Die Frage, ob sie schon einmal Feedback und/oder Kritik zu ihren publizierten Medieninhalten bekommen hätten, beantworteten alle Journalistinnen und Journalisten mit ‚Ja‘. Gemäß ihrer Angaben waren auch alle bereit, sich mit den Reaktionen der Leserinnen und Leser und mit kritischen Kommentaren auseinanderzusetzen und den jeweiligen Personen zu antworten. Lediglich auf Beschimpfungen und unsachliche Kommentare, so gaben drei der Befragten an, würden sie nicht reagieren. Ein Journalist schränkte jedoch ein, er reagiere nicht auf Onlinekommentare und leite manche Leserbriefe auch an die entsprechende Redaktion weiter. Bei interessanten Anregungen sei es dafür schon vorgekommen, dass er diese ‚zu neuen Geschichten‘ verarbeite. Ein Befragter gab an, für jede Form von Feedback dankbar zu sein, sei sie ‚sehr positiv‘ oder auch ‚sehr vernichtend‘ und bemühe sich, stets zu reagieren und zu antworten. Ein anderer gab an, sich Mühe zu geben, den Leserinnen und Lesern das Gefühl zu geben, er nehme sie ernst – obgleich die kritischen Kommentare in seinen Augen meistens ‚Pipifax-Beschwerden‘ seien. Ernst nähmen, so gaben alle Befragten an, sie Rezipientinnen- und Rezipientenmeinungen dann an, wenn sich abzeichne, dass es sich um fundierte Kritik handle. Ein Befragter gab an, dass es sich jedoch bei zwei Drittel der Leserinnen- und Leserkommentare um ‚unnötiges Feedback‘ handle, nur ein kleiner Rest sei sinnvoll. Grundsätzlich müsse man den Leserinnen und Lesern jedoch schon alleine deswegen das Gefühl geben, ernst genommen zu werden, damit er nicht ‚irgendwann weg‘ ist. Eine Journalistin sprach im Sinne der unnötigen Kommentare von ‚notorischen Querulanten‘. Sie vertrat zudem die Ansicht, eine gute Zeitung fände ohnehin immer ihre Leserinnen und Leser – eben durch ihre Qualität. Es wurde auch gesagt,

dass die Medien nie nur Selbstzweck erfüllen dürfen – die Meinung der Rezipientinnen und Rezipienten sei somit immer wichtig.

Einfluss der Rezipientinnen und Rezipienten auf die Journalistinnen und Journalisten

Hinsichtlich des Einflusses, den Rezipientinnen und Rezipienten mit ihren Kommentaren auf die redaktionelle Themenwahl nehmen können, herrschte Uneinigkeit unter den Journalistinnen und Journalisten. Drei gaben an, sich in dieser Hinsicht nicht beeinflussen zu lassen. Einer vermerkte, es sei wichtig, die Blattlinie des Mediums und die eigenen Interessen in den Vordergrund zu stellen. Die Leserinnen und Leser, so argumentierte er, wollen mit der Zeitung schließlich nicht ihre eigene Meinung konsumieren, sondern eine objektive Berichterstattung erhalten. Oder, wie es einer der Befragten formulierte, die Nachrichten seien schließlich ‚kein Wunschkonzert‘. Auch wurde erwähnt, dass er sich selber zwar nicht an den Leserinnen und Lesern in der Themenwahl orientiere, in einer Redaktion aber ‚schon darauf geschaut werde‘, welche Geschichten bei den Rezipientinnen und Rezipienten besser ankämen. Das sei insofern auch sinnvoll, als dass es sich bei den Leserinnen und Lesern nicht um solche handle, denen es nur um das ‚Kritisieren und Nörgeln‘ ginge. Allerdings würde man sich innerhalb der Redaktion immer wieder dabei ‚ertappt‘ fühlen, sich bei der Berichterstattung an dem zu orientieren ‚was die Leserinnen und Leser interessiert‘. Schließlich sollten diese die Zeitung auch kaufen. Ebenfalls sehr an den Leserinnen- und Leserwünschen orientiert, gab sich eine Journalistin, die angab, sie ‚verfolge sehr genau, was die Leserinnen und Leser interessiert‘. Ein anderer Befragter sieht, so gab er an, in den Kommentaren der Leserinnen und Leser eine von vielen Informationsquellen, die in die Berichterstattung einfließen. Den Inhalt von sozialen Medien im Internet wie Blogs, Twitter und Facebook nutzen die wenigsten der befragten Journalistinnen und Journalisten. Einer der Journalisten ging so weit, Twitter und Facebook als die ‚Fortsetzung der biblischen Plagen‘ zu bezeichnen. Zwei Befragte sehen in den Beiträgen Meinungen, die für Recherchezwecke durchaus hin und wieder von Nutzen sein könnten – mehr aber nicht. Auch wurde angegeben, dass die sozialen Medien für die Recherche ‚gelegentlich‘ durchaus genutzt würden. Einer der Befragten zeigte sich besonders euphorisch. Er ‚nutze sie gerne, um zu sehen, wie andere Journalistinnen und Journalisten, Texterinnen und Texter oder Bloggerinnen und Blogger denken‘. Er verwende gerne Zitate aus anderen Blogs und orientiere sich an dem Interesse und dem Geschmack der ‚Follower‘, also der Leserinnen und Leser im Internet.

Auf die Schlüsselfrage hin, nämlich ob der Journalismus an Autonomie einbüße, waren sich wieder alle acht Journalistinnen und Journalisten einig. Zwar hänge eine Unabhängigkeit im Journalismus immer von der einzelnen Journalistin und Journalisten ab

und werde zunehmend schwieriger, dennoch war der Grundtenor eindeutig: Der Journalismus, wenn professionell und in qualitativ hohem Maße betrieben, büße durch die neuen Medien nicht an Autonomie ein. Ein entscheidendes Zitat hierbei war: ‚Der Leser hat eben die Wahl: Greife ich zum Profi-Medium oder followe ich irgendwelchen selbsternannten Bloggern?‘

3. Zusammenführung der Ergebnisse, Interpretation und Diskussion

Alles in Allem kamen die Autorinnen auf folgende Konklusion: Trotz dem schnellen und einfachen Zugang in das Web 2.0 und die dadurch erheblich vereinfachte Möglichkeit des Kritisierens und des Feedbackgebens, nutzen lediglich ca. zwei von fünf der befragten Rezipientinnen und Rezipienten die Chance, ihre Meinung kund zu tun. Dieser kleine Teil reagiert jedoch spontaner, kritischer, schneller, mehr und intensiver als noch vor den Neuerungen durch das Internet. Besonders hinsichtlich negativer Kritik und negativem Feedback sei die Hemmschwelle deutlich gesunken. Dennoch entsteht der Eindruck, dass die zweite Annahme der Autorinnen bestätigt wird, nämlich dass die Journalistinnen und Journalisten auf den erhöhten Öffentlichkeitszugang der Rezipientinnen und Rezipienten reagieren. Sie müssen sich mit deren Meinungen und Wünschen befassen und können diese nicht mehr so einfach ignorieren. Alle der befragten Journalistinnen und Journalisten waren besagter Kritik bereits ausgesetzt und reagierten, sei es aus Ehrfurcht den Rezipientinnen und Rezipienten gegenüber oder aus eher kommerziellen Gründen – nur um keine kaufende Leserschaft zu verlieren. Ebenso wurde die Vermutung bestätigt, dass Rezipientinnen und Rezipienten einen größeren Stellenwert im journalistischen Alltag eingenommen haben, als vor dem Web 2.0 und somit in den journalistischen Alltag bzw. in die Recherche teilweise eingreifen können. Einige der befragten Journalistinnen und Journalisten orientieren sich am Feedback und der Kritik der Rezipientinnen und Rezipienten und nutzen deren Anregungen auch gerne, um daraus neue Geschichten zu entwickeln. Die meisten der Befragten nutzen sogar bewusst die Inhalte der Rezipientinnen und Rezipienten zu Recherchezwecken. Hierbei ist also deutlich zu erkennen, dass die Rezipientinnen und Rezipienten bereits in die Themenwahl eingreifen können, auch wenn dies immer noch letztendlich im Ermessen der jeweiligen Journalistin oder des Journalisten liegt. Jedoch trifft man bei der Autonomiefrage auf widersprüchliche Ergebnisse. Die Annahme, dass die Journalistinnen und Journalisten durch die neue Rolle der Rezipientinnen und Rezipienten an Autonomie einbüßen, bestätigen zumindest die hier befragten Journalistinnen und Journalisten nicht. Sie glauben nicht daran, dass sie sich beeinflussen lassen, obwohl manch einer zugibt, sich bereits unbewusst schon manchmal an den Rezipientinnen und Rezipienten orientiert zu haben. Die Autorinnen behaupten jedoch, dass die Rezi-

ipientinnen und Rezipienten bereits einen imaginären Platz in der Redaktion eingenommen haben und – sei es bewusst oder unbewusst – diese viel stärker in den journalistischen Alltag eingreifen, als es den jeweiligen Journalistinnen und Journalisten eventuell bewusst ist oder bewusst sein möchte. Daher stellen die Autorinnen dennoch eine Machtverschiebung zu Gunsten der Rezipientinnen und Rezipienten fest.

Zusammenfassend kristallisierten sich zwei stark auseinander driftende Hauptaussagen heraus:

Rezipientinnen und Rezipienten haben heute mehr Macht, dennoch nutzen sie diese nicht. Journalistinnen und Journalisten dagegen wollen den Einfluss der Rezipientinnen und Rezipienten nutzen, jedoch keine Autonomie einbüßen.

Die Hypothese 1, dass das Internet Rezipientinnen und Rezipienten aktiver mache, hat sich nicht vollständig bestätigt. Die Bürgerinnen und Bürger sind bei weitem nicht so aktiv geworden, wie es die Autorinnen angenommen hatten. Die Hypothese 2, dass Journalistinnen und Journalisten vermehrt Eingriffe in ihre Arbeit durch Kommentare von Rezipientinnen und Rezipienten erleben und daher ihre Artikel entsprechend anpassen müssen, wurde ebenfalls zum Teil widerlegt. Denn erstens wird nicht so viel kommentiert, wie angenommen. Zweitens möchten die Journalistinnen und Journalisten sich gemäß ihren Antworten nicht oder zumindest nicht in hohem Ausmaße in ihrer Arbeit von Rezipientinnen und Rezipienten beeinflussen lassen.

4. Fazit

Die Befragung der Rezipientinnen und Rezipienten hat ergeben, dass diese ihre neu gewonnene Machtstellung offenbar nur teilweise erkennen und ausnutzen. Zwar hat es bereits seine Anfänge genommen, dass sich die ehemals ‚reinen Rezipientinnen und Rezipienten‘ ganz im Sinne der Thesen von Gillmor und Rosen aktiver beteiligen und an der öffentlichen Diskussion partizipieren. Ein Großteil der Befragten zeigte jedoch nicht einmal Interesse daran, auf die Beiträge von professionellen Journalistinnen und Journalisten zu reagieren und somit aktiv am Journalismus teilzunehmen. Weniger als die Hälfte von jenen, die sich doch auf Beiträge gemeldet hatten, erhielten eine Antwort – angesichts der Aussage der Journalistinnen und Journalisten, jede (konstruktive) Meldung zu bearbeiten, möglicherweise ein Widerspruch. Grundsätzlich ist Gillmor und Rosen in ihren Theorien durchaus zuzustimmen, da durch das Internet tatsächlich eine große Bandbreite an Möglichkeiten für ehemalige ‚Rein-Rezipientinnen und -Rezipienten‘ besteht, am Journalismus teilzunehmen und zu publizieren. Gemäß der Umfrage schöpfen die Rezipientinnen und Rezipienten diese Möglichkeiten und diese Macht noch nicht so aus wie sie könnten. Eine Vermutung von Seiten der Autorinnen dazu ist, dass sich das Bewusstsein für die neue potenzielle Rolle der Nutzerinnen und

Nutzer im Internet und ehemaligen ‚Rein- Rezipientinnen und –Rezipienten‘ sowie die potenziell zu erreichende Machstellung erst noch vollständig entwickeln müssen. Hinsichtlich der Angaben der Journalistinnen und Journalisten in den Interviews muss klar gesagt werden: Eine gewisse, harsch formulierte, Arroganz lässt sich kaum verleugnen. Zwar hatte jeder der Befragten bereits Kommentare erhalten und reagiere laut Angaben auch stets auf diese (insofern nicht beleidigend und konstruktiv). Doch sobald nachgehakt wurde, ob sich daraus auch schließen lasse, dass die Kommentare und die dahinter steckenden Rezipientinnen und Rezipienten die Journalistinnen und Journalisten in ihrer Berichterstattung prägen könnten, verschlossen sich die meisten Befragten völlig. Qualitätsjournalismus büße nicht an Autonomie ein, man solle nicht das schreiben, was die Rezipientinnen und Rezipienten wollen, diese würden die Zeitung schließlich kaufen, weil sie eine objektive Berichterstattung wünschen. Dabei wird, so der Eindruck der Autorinnen, fast schon krampfhaft an der alleinig exklusiven Rolle als journalistische Berichterstatteerin und Berichterstatte festgehalten. Es scheint, als wollten die Journalistinnen und Journalisten auf keinen Fall auch nur einen Teil ihrer Macht an die Rezipientinnen und Rezipienten abgeben.

Im Hinblick auf die Zukunft lässt sich also kurz und knapp das Fazit ziehen:

Die Rezipientinnen und Rezipienten sollten und werden mehr und mehr ihre Machstellung durch die Möglichkeiten des Internets erkennen, verstehen und schließlich ausschöpfen und nutzen. Die Journalistinnen und Journalisten dagegen sollten, salopp formuliert, von ihrem hohen Ross heruntersteigen, um zu erkennen, dass die Zeiten vorbei sind, in denen die Berichterstattung exklusiv war. Jede Frau und jeder Mann mit Internetanschluss kann heutzutage publizieren. Vorteile können daraus, so sind die Autorinnen überzeugt, beide ziehen. Mit der neuen Machtverschiebung könnte es also im besten Fall dazu kommen, dass Journalistinnen und Journalisten und Rezipientinnen und Rezipienten bei der Berichterstattung über die Geschehnisse der Welt auf konstruktive Weise zusammenarbeiten.

Literatur

Gillmor, Dan (2004): *We the Media. Grassroots Journalism By the People, For the People*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Gillmor, Dan (2006): *We the Media. Introduction*. Online unter: <http://www.authorama.com/we-the-media-1.html> (29.06.2014).

Rosen, Jay (2006): *The People Formerly Known As The Audience. That's what I call them. Recently I received this statement*. Online unter: http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html (29.06.2014).

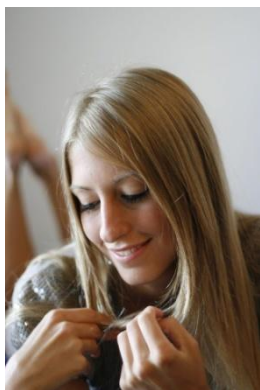
Kurzbiographie der Autorinnen

Claudia Raith, B.A., absolvierte im Jahr 2013 das Bachelorstudium am Fachbereich



Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg mit den Schwerpunkten audiovisuelle Kommunikation und Public Relations. Seit dem befindet sie sich im Masterstudiengang Kommunikationswissenschaft und beendet bald ihre Masterarbeit im Bereich Rezeptionsforschung. Neben ihrem Studium war sie zusätzlich in der Studienvertretung tätig, arbeitete ein Jahr als Tutorin für einen Assistenzprofessor an der Universität und stellte eine studentische Vertreterin des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft in der Curricularkommission dar.

Christine Gnahn, B.A., versucht seit Anbeginn ihres Studiums das Berufsleben als



Texterin und Journalistin mit einem erfolgreichen Studentendasein zu vereinen. Nachdem der Bachelor 2013 in der Tasche war, stürzte sie sich auf das Projekt ‚Master der Kommunikationswissenschaft‘. Seit dem Wintersemester 2014 ist sie zudem als Studienassistentin im Bereich Transkulturelle Kommunikation tätig – eben jenes Gefilde, das sie innerhalb der Kommunikationswissenschaft am spannendsten findet.