

Kuratieren 2.0

Warum Journalistinnen und Journalisten kuratieren sollten

Martin Bachmeier und Michael Morf

kommunikation.medien

Onlinejournal des Fachbereichs

Kommunikationswissenschaft

Universität Salzburg

ISSN 2227-7277

5. Ausgabe / März 2015



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



Abstract

Kuratieren gewinnt an Bedeutung, da die Datenflut im Internet die Rezipientinnen und Rezipienten zunehmend fordert, denn das Selektieren von Informationen stellt eine große Herausforderung dar. Hier setzen sie an – die kuratierenden Journalistinnen und Journalisten. Folgende wissenschaftliche Abhandlung zeigt auf, warum Journalistinnen und Journalisten kuratieren sollten. Es wird gezeigt, welchen aktuellen Stellenwert das Kuratieren im deutschsprachigen Journalismus genießt. Befragungen kuratierender Journalistinnen und Journalisten liefern Erfahrungsberichte aus erster Hand und werden theoretisch fundiert. Kuratieren ist eine Weiterentwicklung journalistischer Arbeitsweisen, welche in unterschiedlichen Darstellungsformen vorkommen kann und durch hohe Transparenz, Multimedialität sowie durch die Einbettung von User-generated-Content einen Mehrwert schafft. Sowohl für die Kuratorinnen und Kuratoren, als auch für die Rezipientinnen und Rezipienten.

Curating is gaining importance because the information overload on the internet demands too much on the recipient. The selection of information is a major challenge. This is where he comes into play - the curating journalist. The scientific article shows why journalists should curate. It reveals the current status quo of curating in germanophone journalism. Surveys of curating journalists deliver experience reports at first hand and are theoretically founded. Curating is a further development of journalistic working methods, which can be found in different display formats and creates high transparency, multimediality and by embedding user-generated content adds value for both curators, as well as for recipients.

Keywords

Kuratieren, Data Curation, Datenflut, User-generated-content, Filter Bubble, Journalismus

Zitiervorschlag

Bachmeier, Martin/Morf, Michael (2014): Kuratieren 2.0. Warum Journalistinnen und Journalisten kuratieren sollten. In: kommunikation.medien, 5. Ausgabe. [journal.kommunikation-medien.at].

1. Einleitung

Im April diesen Jahres ist die britische Tageszeitung *The Guardian* für ihre umfangreichen Veröffentlichungen zum NSA-Skandal mit dem Pulitzerpreis - der bedeutendsten Auszeichnung im Journalismus - geehrt worden (vgl. The Pulitzer Prizes 2014: o. S.; ZEIT ONLINE 2014: o. S.). Unter den prämierten journalistischen Leistungen befindet sich der Beitrag ‚NSA Files Decoded‘ der Journalisten Ewan MacAskill und Gabriel Dance (2013), welcher besondere Merkmale aufweist. Er bringt verschiedene Videos, Expertenmeinungen, Originaldokumente und Infografiken in einen Zusammenhang und vermittelt so die komplexen Ausmaße des Überwachungsskandals. Beiträge dieser Art werden unter der journalistischen Arbeitsweise und Darstellungsform des Kuratierens zusammengefasst. Bisher gibt es keine spezifische wissenschaftliche Literatur zu dieser journalistischen Praxis, was der Aktualität des Themas geschuldet ist. Diese wissenschaftliche Abhandlung soll einen ersten Beitrag für die Erschließung des Kuratierens liefern.

Das Kuratieren ist auf das wachsende Angebot an Medieninhalten zurückzuführen. Aufgrund der Digitalisierung ist es nicht nur mehr Journalistinnen und Journalisten möglich, eigene Inhalte öffentlich zu teilen. Es beteiligen sich auch User mit eigenen Blogs, Radiosendungen und YouTube-Kanälen an der Produktion und Verbreitung von Content. Diese grundlegende Entwicklung im 21. Jahrhundert – weg vom Datenmangel hin zum Überfluss an Information – stellt sowohl Rezipientinnen und Rezipienten als auch Journalistinnen und Journalisten vor neue Herausforderungen, denn sie müssen lernen mit der Datenflut umzugehen. Vor allem den Journalistinnen und Journalisten kommt hiermit eine besondere Rolle zuteil, da sie Zugang zu exklusiven Quellen, eine hierfür geeignete Ausbildung und auch die nötigen Werkzeuge besitzen, um relevante Inhalte zu selektieren und der Öffentlichkeit in einen logischen Zusammenhang nahe zu bringen. Ziel der Arbeit ist es zu erforschen, welches Verhältnis Journalistinnen und

Journalisten gegenüber der journalistischen Arbeitsweise des Kuratierens haben. Es geht also um die Frage:

Wie gehen Journalistinnen und Journalisten mit der Arbeitsweise des Kuratierens um?

Es gibt bereits einige Modelle, die sich mit vergleichbaren Praktiken wie dem Kuratieren befassen. Auf diese Modelle wird im folgenden Kapitel näher eingegangen, um Erkenntnisse über das Kuratieren zu erlangen.

2. Theorie

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, erweist sich die Suche nach wissenschaftlicher Literatur zum Thema Kuratieren als schwierig, da bisher kaum konkrete wissenschaftliche Arbeiten dazu existieren. Jedoch gibt es Publikationen, die inhaltliche Teilbereiche des Kuratierens anschnitten. Darunter fallen beispielsweise Abhandlungen über die journalistische Arbeitsweise Storytelling oder die Rolle von Journalistinnen und Journalisten als Gatekeeper und Gatewatcher. Victor Mayer-Schönberger und Kenneth Cukier erklären in ihrem Buch ‚Big Data: Die Revolution, die unser Leben verändern wird‘ (2013), wie die Datenflut des Internets genutzt werden kann, um für Verkehrswesen, Wirtschaft oder die Gesundheitsvorsorge Vorteile zu generieren. Robert McChesney setzt sich in ‚Digital Disconnect: How Capitalism is turning the Internet against Democracy‘ (2013) mit den Veränderungen des Internets auseinander, welche laut Autor durch den Einfluss des Kapitalismus zustande kommen. Dabei geht er davon aus, dass die freie Datenflut im Internet kapitalistische Interessen weckt, welche demokratische Strukturen des Internets gefährden. Dieser Prozess kann laut McChesney nur durch staatliche Förderung von Non-Profit Journalismus eingedämmt werden (vgl. McChesney 2013: 205ff.). Welche konkreten Maßnahmen die Journalistinnen und Journalisten ergreifen sollen, bleibt der Autor jedoch schuldig.

Um dem Themengebiet näher zu kommen, wird das *Filter Bubble-Modell* vorgestellt, welches die Rollen von Journalistinnen und Journalisten, Medienunternehmen und Rezipientinnen und Rezipienten im personalisierten Internetzeitalter darstellt. Da das Modell vom gleichen Ursprungsproblem, der Datenflut, ausgeht, können wichtige Erkenntnisse für den Journalismus abgeleitet werden. Einen weiteren Zugang zur Thematik erhält man durch eine Typologisierung aus der Bioinformatik, die sich mit Data Curation befasst.

2.1 Filter Bubble

Welche negativen Auswirkungen bringt die Personalisierung des Internets mit sich? Mit dieser Frage beschäftigt sich der amerikanische Polit-Aktivist Eli Pariser in seinem

Werk ‚The Filter Bubble: What the internet is hiding from you‘ (2012). Das Modell beschreibt die Auswirkungen der Personalisierung auf die Informationsfreiheit und zielt darauf ab, das Internet demokratisch und transparent zu gestalten. Es ist der Medienwirkungsforschung zuzuordnen, da es sich mit der Manipulation der Rezipientinnen und Rezipienten durch die Medien beschäftigt. Wichtige Rollen spielen hierbei die Begriffe *Filter Bubble* und *Personalisierung*. Unter *Filter Bubble* versteht Pariser ein einseitiges und passives Informationsuniversum, welches nur persönliche Interessen reflektiert (vgl. Pariser 2011: 10). Der Terminus *Personalisierung* ist eine Anpassung der Suchergebnisse an individuelle Interessen und Bedürfnisse (vgl. Pariser 2011: 11ff.). Drei Akteure sind in diesem Kommunikationsprozess beteiligt: Der Kommunikator, welcher Medieninhalte produziert, die Medienunternehmen, die von Algorithmen gesteuerte Suchmaschinen und andere Plattformen zur Selektion anbieten und schließlich die Rezipientinnen und Rezipienten, welche Medieninhalte konsumieren. Dem Kommunikator wird in diesem Modell keine zentrale Rolle zuteil, obwohl er im ersten Schritt die Flut an Information selektiert und anschließend Medieninhalte für das Publikum kreiert. Die Algorithmen der Medienunternehmen analysieren die Medieninhalte der Kommunikatoren und bewerten diese basierend auf künstlicher Intelligenz, sodass eine weitere Selektion geschieht. Diese mathematischen Funktionen agieren als Filter oder Gatekeeper und schränken die Meinungsvielfalt ein, statt diese zu fördern. Die Art und Weise, nach welchen Kriterien die Algorithmen vorgehen, wird den Rezipientinnen und Rezipienten dabei nicht transparent offengelegt. Den Rezipientinnen und Rezipienten werden anschließend Suchergebnisse angezeigt aus denen sie sich ein Bild bezüglich des Themenfeldes machen können. Je personalisierter der Algorithmus arbeitet, desto weniger überraschende Ergebnisse erhält die Userin oder der User. Obwohl die Rezipientinnen und Rezipienten theoretisch das Recht auf Informationsfreiheit (laut den §§ 1 und 2 des Auskunftspflichtgesetzes) haben, schränken Medienunternehmen dieses anhand von Algorithmen ein, sodass den Medienkonsumentinnen und Konsumenten ein verzerrtes Bild über die Wirklichkeit vermittelt wird. Sie werden eingeschlossen in ihrem individuellen Interessenssystem, da ihnen die Möglichkeit genommen wird, sich frei im Internet zu informieren.

An dem Modell ist zu kritisieren, dass es bisher noch nicht empirisch überprüft wurde. Des Weiteren werden die Rezipientinnen und Rezipienten als unmündige Konsumentinnen und Konsumenten betrachtet, die der Macht der Medienkonzerne ausgesetzt sind.

Wenn man die *Filter Bubble* auf das Kuratieren überträgt, werden einige mögliche Gemeinsamkeiten erkennbar. Sowohl das Modell als auch die journalistische Arbeitsweise versuchen den Rezipientinnen und Rezipienten eine möglichst hohe Meinungsvielfalt

mit unterschiedlichen Blickwinkeln zu bieten, die keinen Filterungen unterliegt. Durch gut kuratierte Beiträge können Journalistinnen und Journalisten die *Filter Bubbles* von Rezipientinnen und Rezipienten durchbrechen, ‚neue‘ Information kommunizieren und den Horizont der Rezipientinnen und Rezipienten erweitern. Journalistinnen und Journalisten können die Relevanz von Algorithmen dadurch schwächen, indem sie relevante Quellen im kuratierten Beitrag verlinken. Durch kuratierte Beiträge ist die Userin oder der User kein passiver Medienkonsument, sondern kann selber aktiv Inhalte gestalten bzw. in Interaktion mit dem Kommunikator treten, sodass Kommunikationsbarrieren wie Algorithmen ausgeschaltet werden.

2.2 Data Curation

‚Kuratieren‘ stammt ursprünglich aus der Kunst und beschreibt das Sammeln und Selektieren von Kunstwerken, um letztendlich eine inhaltlich zusammenhängende Ausstellung zu organisieren. Der Begriff findet auch in der Bioinformatik Anwendung, wenn auch unter anderen Vorzeichen. Die Data Curation stellt ein Informationsnetzwerk der Bioinformatik und Molekularbiologie dar, welches aus mehreren Plattformen besteht, die eine große Anzahl wissenschaftlicher Arbeiten zur Verfügung stellen. Die Abhandlungen werden auf verschiedenen Servern archiviert und öffentlich zugänglich gemacht, sodass der Austausch von bisher gewonnenen Erkenntnissen möglich ist. Carole Gable und ihr Forschungsteam (vgl. Gable et al. 2008: 506-518) haben sich mit dem Kuratieren in der Bioinformatik beschäftigt und sind zu folgenden Schlüssen gekommen: Sie unterteilen die Mitglieder des Netzwerkes in User-Typen und Curator-Typen, wobei im folgenden Abschnitt die wichtigsten vorgestellt werden: Die beiden User-Typen der Data Curation unterscheiden sich hinsichtlich der Erwartungen, die sie gegenüber der Plattformen mit kuratierten Inhalten haben. Die *Casual User* greifen bevorzugt über klassische Suchmaschinen auf die öffentlich zugänglichen Biologiedatenbanken mit kuratierten Informationen zu, wobei sie dabei meist explorativ vorgehen. Im Gegensatz dazu benötigen *Expert User* ein breites Spektrum an Informationen und kombinieren deshalb mehrere Datenbanken und Quellen (vgl. Gable et al. 2008: 508f.). Die Curator-Typen unterscheiden sich hinsichtlich der Erwartungen, welche die Nutzerinnen und Nutzer an sie richten, wobei es die *Expert Curators* und die *Self-Curators* gibt. Die *Expert-Curators* sind Fachleute, welche sowohl selber Inhalte produzieren als auch – ähnlich wie Moderatoren – Inhalte der *Self-Curators* für die User-Typen sortieren, mit Schlagworten versehen, auf Plattformen zur Verfügung stellen und Sinnzusammenhänge herstellen. *Self-Curators* kuratieren für eigene Zwecke und nach eigenen Prinzipien. Unter dem Begriff *Community Curations* versteht man die Funktion als User Kurationen zu bewerten und weitere Rückmeldungen zu geben, dem Vor-

bild des Web 2.0 folgend. Die Kurationen werden anschließend gegebenenfalls an das Feedback angepasst (vgl. Gable u.a. 2008: 514).

Ausgehend von den Erkenntnissen zu Data Curation lassen sich auch in diesem Fall einige Vermutungen in Bezug auf das Kuratieren im Internet formulieren: Um in der Flut an Informationen einen guten Überblick geben zu können, müssen Inhalte aus unterschiedlichen Quellen sinnvoll sortiert und frei zugänglich gemacht werden. Diese Aufgabe kann sowohl von Laien, als auch von Expertinnen und Experten übernommen werden. Jedoch verfügen nur Letztere über spezifisches Wissen, um komplexe Zusammenhänge erkennen zu können und diese zu moderieren. Das Angebot an Informationen kann den Ansprüchen der Rezipientinnen und Rezipienten individuell angepasst werden.

3. Forschungsdesign

Die Erkenntnisse aus dem theoretischen Teil werden dafür verwendet, um die Hypothesen zu formulieren. Das Forschungsinteresse besteht darin, das Kuratieren zu definieren und herauszufinden, welche Rolle es für Journalistinnen und Journalisten spielt. Die zuvor vorgestellten theoretischen Modelle befassen sich mit dem Ursprungsproblem der Datenflut und beschreiben daraus resultierende Online-Phänomene. Die vermuteten Merkmale kuratierter Beiträge lassen erahnen, dass vor allem verstärkt im Internet kuratiert wird, was zur Formulierung folgender Hypothese führt:

H1: Wenn Journalistinnen und Journalisten kuratieren, dann geschieht dies zumeist online.

Sowohl das Modell der *Filter Bubble*, als auch die Data Curation thematisieren die Meinungsvielfalt, wobei die *Filter Bubble* auf die Einschränkungen und die Data Curation auf die Möglichkeiten der Förderung aufmerksam macht. Daher soll untersucht werden, ob das Kuratieren im Journalismus die Meinungsvielfalt beeinflussen kann.

H2: Wenn Journalistinnen und Journalisten kuratieren, dann fördert dies die Meinungsvielfalt.

Um herauszufinden, wie Journalistinnen und Journalisten mit der Arbeitsweise des Kuratierens umgehen, liegt es nahe, diese selbst zu ihren Erfahrungen zu befragen. Das zu untersuchende Themengebiet ist jedoch sehr speziell und es sollen gezielt Praktikerrinnen und Praktiker befragt werden, welche bereits kuratiert haben. Daher werden qualitative Verfahren als Erhebungsmethode ausgewählt, um aus der Empirie heraus

neue Erkenntnisse zu gewinnen. Eine Journalistin und zwei Journalisten wurden mittels leitfadengestützter Interviews befragt, wobei das Forschungsteam versucht hat, stets unvoreingenommen an die Interviewpartner heranzutreten, um die Sichtweise der Journalistinnen und Journalisten auf das Kuratieren nicht zu beeinflussen. Alle drei Journalistinnen und Journalisten gaben an, bereits Erfahrungen mit dem Kuratieren gesammelt zu haben.

4. Analyse der Ergebnisse

Die in der Abbildung 1 mit einem Häkchen gekennzeichneten Schlagwörter wurden von den Journalistinnen und Journalisten im Laufe der Interviews direkt oder indirekt in Zusammenhang mit dem Kuratieren genannt.



Abbildung 1: Das Kuratieren im Detail (Quelle: Eigene Darstellung)

Bezüglich der am Prozess des Kuratierens beteiligten Akteurinnen und Akteure kann ausgesagt werden, dass die Typologisierung der Data Curation vorwiegend zutrifft: Es sind sowohl professionelle Journalistinnen und Journalisten (*Expert-Curator*) sowie

auch nicht-professionelle Journalistinnen und Journalisten (*Self-Curator*), aktive Nutzerinnen und Nutzer (*Expert User*) und Medienrezipientinnen und -rezipienten (*Casual User*) involviert. Dennoch muss der Ansatz aus der Bioinformatik – auf das journalistische Kuratieren bezogen – ergänzt werden, da man einzelne Akteure mehreren Typen zuweisen kann. Journalistinnen und Journalisten können beispielsweise auch *Expert User* sein. Des Weiteren bilden die Autorinnen und Autoren eine Art zentrale Leitstelle, welche den kuratierten Beitrag verfasst, bzw. koordiniert. Medieneigentümerinnen und -eigentümer können einen Einfluss darauf ausüben, ob in ihren Redaktionen kuratiert wird, wer daran beteiligt ist und welche Quellen miteinbezogen werden. Bei der Erstellung von kuratierten Beiträgen verwenden Journalistinnen und Journalisten Suchmaschinen für die Recherche. Dies deutet darauf hin, dass Algorithmen bereits in dieser ersten Phase eine wichtige Rolle zukommt. Über unterschiedliche Darstellungsformen kuratierter Beiträge wurden keine Angaben gemacht, die eine klare Abgrenzung zu anderen journalistischen Arbeitsformen ermöglichen, sodass hierzu keine anschaulichen Ergebnisse vorliegen. Eine klare Abgrenzung des Kuratierens zu anderen journalistischen Praktiken erscheint schwierig, da es Überschneidungen mit Merkmalen anderer journalistischer Arbeitsweisen und Darstellungsformen gibt. Vielleicht liegt es auch an der ungenauen Abgrenzung zu anderen Arbeitsweisen, dass sich der Begriff ‚Kuratieren‘ im deutschsprachigen Journalismus noch nicht etabliert hat und der Stellenwert geringer ist als im englischsprachigen Raum. Dennoch gehen die befragten Journalistinnen und Journalisten davon aus, dass das Kuratieren in ferner Zukunft an Relevanz gewinnen wird. Dazu trägt die Einbindung des User-generated-Contents bei. Unter User-generated-Content versteht man dabei Beiträge von Userinnen und Usern in Form von Kommentaren, Bildern, Tweets oder Videos. Die steigende Datenflut wird weiter wachsen, sodass das Kuratieren immer hilfreicher wird, um mit großen Datenmengen umzugehen.

Für das journalistische Kuratieren wird aufgrund der Ergebnisse folgende Definition aufgestellt: Kuratieren ist eine Weiterentwicklung journalistischer Arbeitsweisen, welche in unterschiedlichen Darstellungsformen vorkommen kann und durch hohe Transparenz, Multimedialität sowie durch die Einbettung von User-generated-Content einen Mehrwert sowohl für die Kuratorinnen und Kuratoren, als auch für die Rezipientinnen und Rezipienten schafft.

Verschiedene Medien dienen als Plattform für kuratierte Beiträge, darunter das Internet, Social Media, diverse Printmedien, das Radio als auch das Fernsehen. Auch Kuratier-Plattformen werden von den Journalistinnen und Journalisten verwendet. Die befragten Praktikerinnen und Praktiker bestätigten, dass das Internet das bevorzugte Medium für kuratierte Beiträge ist, weswegen die Hypothese 1 bestärkt wird.

Auch bei Hypothese 2 waren sich die Praktikerinnen und Praktiker einig: Durch die Verwendung unterschiedlicher Quellen gelingt es den Journalistinnen und Journalisten einen vielseitigen Blick auf Themen werfen zu können. Hintergrundinformationen und aktuelle Neuigkeiten können schnell und einfach integriert - und somit eine umfassendere Berichterstattung ermöglicht - werden. Von dieser Vielfalt können sowohl Rezipientinnen und Rezipienten, als auch Kommunikatoren profitieren. Das Kuratieren fördert somit die Meinungsvielfalt, sodass auch die zweite Hypothese bestärkt wird.

5. Diskussion

Der wissenschaftliche Beitrag fokussiert eine Weiterentwicklung bereits bestehender Arbeitsweisen, die sowohl für journalistische Praktikerinnen und Praktiker, als auch für Rezipientinnen und Rezipienten nützliche Funktionen aufweist. Diese zeitgemäße journalistische Arbeitsweise ist jedoch aufgrund ihrer Aktualität sehr schwer zu erfassen, da viele Journalistinnen und Journalisten sich nicht über die Konturen dieser Arbeitsweise bewusst sind. Forschungsgegenstände, die schwer zu erfassen sind, sind gleichzeitig schwer zu untersuchen. Daher entschieden wir uns dazu, dem Kuratieren naheliegende Modelle und Ansätze heranzuziehen, die mögliche Hilfestellungen bieten würden. Das Modell der *Filter Bubble* fokussiert die Informationswelt der Rezipientinnen und Rezipienten und beschreibt die Handlungen der Medienunternehmen, ohne die Möglichkeiten des Kommunikators anschaulich darzustellen. Dennoch sind wir der Meinung, dass es uns dabei geholfen hat, uns dem Gegenstandsbereich des Kuratierens zu nähern, da insbesondere die Überforderung der Rezipientinnen und Rezipienten durch die Datenflut thematisiert wird. Die gleiche Problematik zeigte sich bei der Typologisierung der Data Curation aus der Bioinformatik, welche auf die journalistische Praxis transferiert wurde.

Es lohnt sich die junge Arbeitsweise des Kuratierens weiter zu erforschen, da die befragten Journalistinnen und Journalisten der Meinung waren, dass sie in naher Zukunft an Relevanz gewinnen wird. Diese wissenschaftliche Abhandlung soll - wie bereits in der Einleitung erwähnt - einen ersten Versuch darstellen diese journalistische Arbeitsweise sowohl theoretisch, als auch empirisch zu untersuchen. Als Forscher sind wir uns dieser Aufgabe bewusst und wissen, dass sich dieses Herantasten an einen neuen Gegenstandsbereich als schwierig erweist. Die erarbeiteten Ergebnisse erheben keinerlei Anspruch auf längerfristige Gültigkeit, da es sich hier um eine Momentaufnahme handelt. Denn das Kuratieren befindet sich in einem fortlaufenden Wandel.

Es bietet sich an, die Erkenntnisse dieser Arbeit weiterzuentwickeln oder sie durch qualitative Inhaltsanalysen ausgewählter Kurationen zu vertiefen. Zukünftig sollten sowohl empirische Untersuchungen, als auch Modelle herausgearbeitet werden, welche die

konkrete Arbeitsweise analysieren. Es würden sich u.a. Analysen der Darstellungsformen anbieten, welche sich mit den spezifischen Merkmalen kuratierter Beiträge in verschiedenen Medien beschäftigen.

6. Fazit und Ausblick

Das Kuratieren befindet sich in vielen Bereichen in einer frühen Entwicklungsphase und ist noch kein klar abgesteckter Forschungsbereich, der spezifische wissenschaftliche Literatur vorweist. Die theoretische Aufarbeitung des Kuratierens kann der rasanten Entwicklung der Praxis nicht folgen, sodass eine Lücke zwischen Theorie und Praxis besteht. Wenn das Vorkommen von Kurationen in deutschsprachigen Medien betrachtet wird, dann lässt sich feststellen, dass diese Weiterentwicklung journalistischer Arbeitsweisen vom englischsprachigen Raum nur langsam in den deutschsprachigen Raum eindringt. Einige Journalistinnen und Journalisten sind sich vermutlich gar nicht bewusst, dass sie kuratieren, da ihnen die Begrifflichkeit noch nicht bekannt ist. Für das Kuratieren im Netz gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten wie beispielsweise Kuratier-Plattformen, wo sich jede oder jeder als *Self-Curator* ausprobieren kann, da kaum Zutrittsbarrieren hierfür existieren. Anhand der Interviews wurde eine Definition herausgearbeitet, welche die verschiedenen Merkmale von kuratierten Beiträgen umfasst: Unterschiedliche Darstellungsformen, die hohe Transparenz durch Verlinkungen, die Multimedialität durch beispielsweise Fotos und Videos und die Einbettung von User-generated-Content. Die Kombination dieser Merkmale schafft einen Mehrwert für die Rezipientinnen und Rezipienten. Ob Journalistinnen und Journalisten kuratieren hängt u.a. von den Medieneigentümerinnen und -eigentümern ab, für die sie arbeiten, da diese bestimmen auf welche Art und Weise in ihren Medien berichtet bzw. kuratiert wird. Ein weiteres Ergebnis besagt, dass die verschiedenen am Prozess des Kuratierens beteiligten Akteurinnen und Akteure mehreren Typen zugeordnet werden können (*Expert-Curator*, *Self-Curator*, *Expert User*, *Casual User*). Dabei bilden Kommunikatoren eine zentrale Leitstelle und verwalten den kuratierten Beitrag. Die aufgestellten Hypothesen, welche im Hauptteil bestärkt wurden, besagen zum einen, dass Journalistinnen und Journalisten meistens online kuratieren und zum anderen, dass Journalistinnen und Journalisten durch das Kuratieren die Meinungsvielfalt fördern. Anhand der angeführten Ergebnisse soll die Forschungsfrage als beantwortet angesehen werden.

Die Einordnung des Kuratierens in den „New News Process“ nach Jeff Jarvis wird im grün markierten Bereich der Abbildung 2 dargestellt. Kuratierte Beiträge beinhalten die Merkmale wie Interviews, Berichte, Verlinkungen, Veröffentlichungen, Korrekturen und Kommentare, die hier angeführt werden.

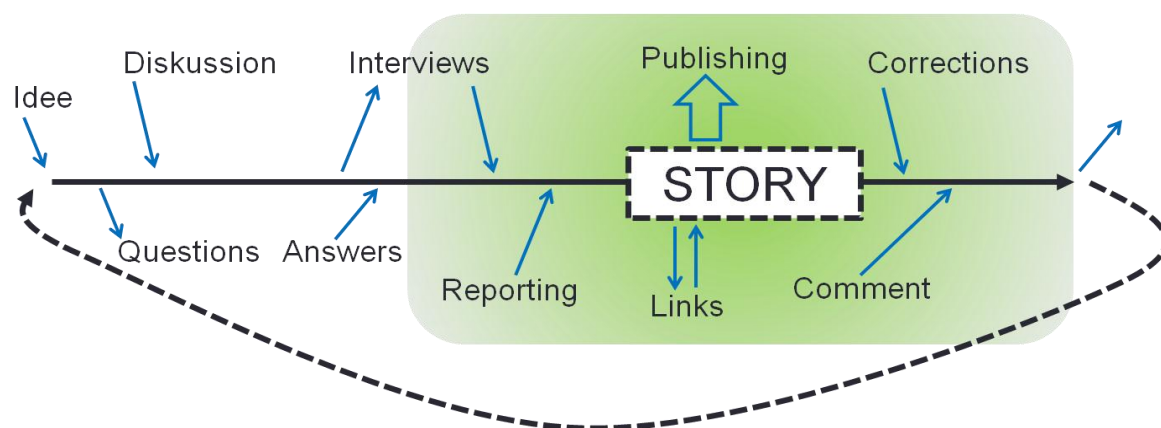


Abbildung 2: Kuratieren im New News Process (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Forschungsarbeit ermöglicht einen Einblick über das Verhältnis der Praktikerinnen und Praktiker mit der journalistischen Arbeitsweise. Kuratieren ist ein junges und innovatives Phänomen, dessen Entwicklung weiterhin begleitet, gefördert und erforscht werden muss. Mit Sicherheit ist die Kuration ‚NSA Files: Decoded‘ von Ewan MacAskill und Gabriel Dance (2013) nicht die erste und letzte Kuration, die mit einer wichtigen Auszeichnung prämiert wird.

Literatur

- Gable, Carole/Stevens, Robert/Hull, Duncan/Wolstencraft, Katy/Lopez, Rodrigo (2008): Data curation + process curation = data integration + science. In: Briefings in Bioinformatics. 9. Jg., H. 6, S. 506-517.
- MacAskill/Ewan, Dance/Gabriel (2013): NSA Files: Decoded. What the Revelations mean for You. Online unter: <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/nov/01/snowden-nsa-files-surveillance-revelations-decoded> (16.06.2014).
- Mayer-Schönberger, Viktor/Cukier, Kenneth (2013): Big Data. Die Revolution, die unser Leben verändern wird. München: Redline Verlag.
- McChesney, Robert W. (2013): Digital Disconnect: How Capitalism is turning the Internet against Democracy. New York: The New Press.
- Pariser, Eli (2011): Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You. New York: The Penguin Press.
- The Pulitzer Prizes (2014): The 2014 Pulitzer Prize Winners. Online unter: <http://www.pulitzer.org/citation/2014-Public-Service> (25.05.2014).
- ZEIT ONLINE (2014): Pulitzerpreis für Snowden-Enthüllungen. Online unter: <http://www.zeit.de/kultur/2014-04/pulitzerpreis-2014> (25.04.2014).

Abbildungen

Abbildung 1 (2014): Das Kuratieren im Detail. Eigene Darstellung von Bachmeier, Martin/Morf, Michael.

Abbildung 2 (2014): Kuratieren im New News Process. Eigene Darstellung von Bachmeier, Martin/Morf, Michael.

Kurzbiographie der Autoren



Michael José Morf, B.A., ist derzeit Masterstudent am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Er beschäftigt sich hauptsächlich mit den Themen Public Relations und Unternehmenskommunikation. Während seiner Auslandssemester an der Universitat Autònoma de Barcelona sowie der Universidade Federal de Rio de Janeiro konnte er weitere Schwerpunkte in den Bereichen Psychologie und Wirtschaft setzen. Sein Forschungsinteresse gilt vor allem der digitalen und mobilen Kommunikation.



Martin Bachmeier, B.A., ist derzeit Masterstudent am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Sein Forschungsinteresse liegt vor allem auf aktuellen Entwicklungen in der Audiovisuellen und Online-Kommunikation, er setzt sich aber auch mit Fragestellungen bezüglich des digitalen Wandels im Journalismus auseinander.