

Das Drehkreuz der Redaktion

Kompetenz-Dimensionen des „Datenbank-Journalismus“

Wiebke Loosen / Siegfried Weischenberg

Der Einsatz und die Entwicklung neuer Techniken im Journalismus führen regelmäßig zu Diskussionen über (neue) Kompetenzanforderungen an die Kommunikatoren. Aufgrund von neuen technischen und ökonomischen Rahmenbedingungen muss der Journalismus in einem äußerst heterogenen Mitbewerberumfeld seine zentrale Position bei der Produktion und Distribution von Informationen behaupten. Dabei sind es vor allem die Nachrichtenagenturen, die als Schrittmacher der Medientechnik das Internet und digitale Techniken zur Steigerung von Schnelligkeit und Flexibilität einsetzen und damit neue Standards etablieren, die sich zwangsläufig in journalistischen Selektions- und Produktionsprozessen niederschlagen. Im Zentrum des Beitrags steht die These, dass dabei Datenbanken, aus denen Journalisten Material beziehen und die sie mit Hilfe medienneutraler Redaktionssysteme für diverse Publikationszwecke speisen, eine besonders zentrale Position einnehmen: Sie rücken – gleichermaßen als universelles Recherchemittel wie als medienneutraler Verwalter – als ordnendes Regulativ journalistischer Produktion in den Mittelpunkt dieser Entwicklungen und werden zum zentralen Parameter zur Bestimmung technisch-organisatorischer Kompetenzanforderungen.

Keywords: Datenbank-Journalismus, Datenbank, XML/NewsML, Kompetenzanforderungen, medienneutrale Redaktionssysteme, Selektionsstrategien, Content-Management, Deprofessionalisierung, Standardisierungsprozesse, Reuters

0. Einleitung

Seit einem Vierteljahrhundert ist in unzähligen Bilanzen und Szenarien versucht worden, Konturen des (künftigen) Journalismus zu zeichnen und die dazu passenden Kompetenzanforderungen aufzulisten. Dabei wurde deutlich, dass der Faktor Technik im Rahmen redaktioneller Produktion eine immer größere Bedeutung erhalten hat. Die Entwicklung führte von der Einführung elektronischer Redaktionssysteme ab Mitte der siebziger Jahre (Presse) und elektronischer Berichterstattung (Fernsehen) (vgl. Weischenberg 1982) ab Anfang der achtziger Jahre zu den aktuellen Entwürfen eines Multimedia- oder zumindest Crossmedia-Journalismus (vgl. Götzenbrucker 2000, Dernbach 1998, Mast et al. 1997).

Die dahinter stehende Idee, publizistische Aussagen durch medienneutrale Produktionsweise mehrfach verwerten zu können, ist schon zu Beginn dieser Entwicklung artikuliert und in Modellversuchen (vgl. Weischenberg 1982: 146,168) praktiziert worden. Organisatorische und technische Trägheitsmomente haben jedoch bis heute ihre Realisierung stark eingeschränkt. Dadurch fehlte auch der Leidensdruck, für die Journalistenausbildung detaillierte Vorstellungen zu den Fähigkeiten und Fertigkeiten zu entwickeln, die der „Multimedia-Journalist“ der Zukunft im Repertoire haben sollte.

Zwei parallel ablaufende Prozesse scheinen nun aktuell eine verstärkte Beschäftigung mit den Kompetenzanforderungen für Kommunikatoren im Organisationszusammenhang multimedialer journalistischer Tätigkeiten herauszufordern:

- makroperspektivisch die Verschränkung von Auswirkungen der Globalisierung von Systemkonturen des Journalismus (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 220 ff., Meckel

1998a, Meckel 1996), der Ökonomisierung zentraler Parameter der Aussagenentstehung (vgl. Siegert 1999, Weischenberg et al. 1994: 107 ff.) und der Hybridisierung von Formen und Inhalten (vgl. Wegener 2001: 33 ff., Meckel 1998b, Hickethier/Bleicher 1998), die (zunächst) in Segmenten des Journalismus zu einer Deprofessionalisierung beitragen (können);

- mikroperspektivisch die Entwicklung und der Einsatz neuer Techniken, die – zumindest in den begleitenden Beschreibungen (vgl. Renner 2000) für „Crossmedia-Journalisten“ das neue Berufsbild des „Content-Managers“ generieren, wobei die Datenbank gleichermaßen als universelles Recherchemittel wie als medienneutraler Verwalter und als ordnendes Regulativ journalistischer Produktion in den Mittelpunkt dieser Entwicklungen rückt.

Es ist deshalb anzunehmen, dass im Zentrum der künftigen Aussagenentstehung Datenbanken stehen, aus denen Journalisten Material beziehen und die sie – mit Hilfe medienneutraler Redaktionssysteme – für diverse multimediale Publikationszwecke mit Informationen speisen. Damit werden Datenbanken zum Drehkreuz redaktioneller Organisation und damit auch zum zentralen Parameter zur Bestimmung (technisch-organisatorischer) Kompetenzanforderungen.

1. Journalismus und Technik

Technik ist ein prägendes Element journalistischer Arbeitsprozesse. Die Folgen technischer Innovation haben sich im Journalismus immer wieder als zentral für die Veränderung von Arbeitsabläufen, Berufsrollen und für die Grenzziehung zwischen Technik und Redaktion herausgestellt (vgl. Weischenberg 1982). Deshalb führen hier neue Technologieschübe regelmäßig auch zu Diskussionen über (neue) Kompetenzanforderungen an die Kommunikatoren (vgl. Weischenberg et al. 1994: 139 ff.).

Gegenwärtig provoziert die zunehmende Verbreitung und Institutionalisierung des Internet und die dadurch bedingte Auflösung journalistischer Berufsbilder sowie die gleichzeitige Profilierung neuer Tätigkeitsbereiche sogar die grundsätzliche Frage, wie und ob Journalismus vor allem unter den technisch induzierten Gegebenheiten überhaupt (noch) möglich ist (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 261 ff.). Dabei stellen besonders der technisch ungehinderte Zugang zu Informationen, ihre Speicherung, Verwaltung, Mehrfachverwertung und ihre unbegrenzt mögliche Rekombinierbarkeit und Einspeisung in unterschiedliche Systeme und Datenformate den Journalismus vor neue Anforderungen in Bezug auf die Rationalisierung informationsverarbeitender Prozesse.

Die insgesamt zunehmende Technisierung des Alltags könnte dabei den Blick darauf verstellen, welche komplexen Anpassungsleistungen vom Journalismus unter den sich ständig wandelnden Bedingungen erbracht werden müssen, um die eigene Funktion zu erhalten; der Markt rund um das journalistische Kerngeschäft ist mehr denn je offen für alle möglichen Mitbewerber auch aus journalismusfremden Branchen. In diesem heterogenen Umfeld entstehen aufgrund von technischen und ökonomischen Entwicklungen neue Rahmenbedingungen für die Produktion und Distribution von Informationen, welche alle Kontexte des Journalismussystems und seine medialen Angebote tangieren. Die Annahme, dass der journalistischen Kompetenz in einer ‚Informationsgesellschaft‘ zunehmende Bedeutung zukommt (vgl. Weischenberg et al. 1994: 207), ist zwar weitgehend unstrittig. Kommunikationsleistungen werden jedoch nicht (mehr) allein vom Journalismus erbracht.

Inzwischen müssen zentrale journalistische Tätigkeiten und Kompetenzen ständig neu ausgehandelt und sich laufend wandelnden Kommunikationsverhältnissen ange-

passt werden. Offen bleibt dabei (zunächst) die Frage, ob damit auch die Nachfrage nach spezifischen journalistischen Leistungen nachlässt, die ihre Spezifik vor allem dem Absender „System Journalismus“ verdanken.

Auch wenn Quantität von Informationen keine vorrangige Rolle als Legitimation für Journalismus in der Informationsgesellschaft spielt, weil Journalisten primär qualitativ nach den Relevanzkriterien ihres Berufes und ihres Mediums selektieren (vgl. Weischenberg 1995: 550), scheinen aktuell gerade diese neuen Quantitäten aber maßgeblich für Strukturveränderungen des Journalismus verantwortlich zu sein, die zu System-(aus-)differenzierungen und damit möglicherweise auch zu Funktionsverschiebungen führen können. Das hätte dann auch Auswirkungen auf die Legitimation des Journalismus, da die neuen Quantitäten offensichtlich nachhaltigen Einfluss auf Qualitäten des Journalismus und damit auf seine originären Selektionsstrategien nehmen. Diese haben sich vor allem unter zeitlichen und räumlichen Knappheiten herausgebildet und unter diesen Umständen maßgeblich zu journalistischen „Wiedererkennungswerten“ geführt.

Journalismus ist nicht mit den technischen Verbreitungsmedien identisch (vgl. Kohring 2000: 160 ff., Scholl/Weischenberg 1998: 71). Gleichwohl ist die Technik aber ein strukturgenerierender und strukturbestimmender Faktor für den Journalismus; Technik wirkt sich somit stets auch auf die Funktion des Journalismus aus. Zu beachten ist, „dass die durch technische Verbreitungsmedien bedingten Auswahlentscheidungen mit der Zeit auch auf der Programmebene des Journalismus (Auditivität, Visualisierbarkeit) ihren Niederschlag gefunden haben“ (Görke 2000: 442).

Unter den Bedingungen der Online-Kommunikation und ihrer Rückwirkungen auch auf die klassischen Medien können daraus auf der Programmebene als Selektions- und Strukturierungsfaktoren für Nachrichten ‚Datenbankverarbeitungstauglichkeit‘ bzw. ‚Multimedienfunktionalität‘ werden. Damit ist nicht die Bewertung impliziert, ob sich dies als funktional oder dysfunktional für journalistische Leistungen erweisen wird. In erster Näherung hätte eine solche Entwicklung ambivalenten Charakter: Einerseits könnte sich der inhaltlich-journalistische Aufwand auf die Verwaltung und Verarbeitung von Datenbankbeständen reduzieren, andererseits können im Rahmen einer journalismusverträglichen Technikanwendung auch neue Gestaltungsmöglichkeiten und -formen entstehen (vgl. Weischenberg 1995: 65ff.).

2. „Reuter’s Century“

Im Zusammenhang mit den vielfältigen ökonomischen, organisatorischen und technischen Entwicklungen sind es erneut die Nachrichtenagenturen, die als Schrittmacher der Medientechnik (vgl. Weischenberg/Hienzsich 1994: 474 f.) das Internet und digitale Techniken verstärkt zur Steigerung von Schnelligkeit und Flexibilität einsetzen und damit neue Standards etablieren (vgl. Dermühl 2000). Diese Standards werden sich über kurz oder lang zwangsläufig als Effekte in den redaktionellen Selektions- und Präsentationsprozeduren niederschlagen. Besonderer Einfluss könnte dabei einmal mehr (vgl. Weischenberg 1985) von der auf Wirtschaftsnachrichtendienstleistungen spezialisierten Agentur Reuters ausgehen.

Reuters besitzt wesentliche Charakteristika, die für Unternehmen des neuen Informationssektors typisch sind: eine Unternehmensbasis im Sektor „Hochtechnologie“, professionelles Personal und multi-funktionale Produkte sowie gute Wachstumsperspektiven aufgrund von multi-nationalen und kapitalintensiven Aktivitäten. Grundlage des Erfolgs, der sich seit Anfang der achtziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts einstellte, ist die Multi-Funktionalität von Ware und Technologie. Dadurch ist Reuters

schon vor Jahren vom Nachrichtengroßhändler zum „Einzelhändler“ geworden (vgl. Weischenberg 1995: 72 ff.).

Inzwischen beginnt ein neues „Reuters' Century“ (Storey 1951): Im Oktober 2000 hat der International Press Telecommunications Council (IPTC), der sich vor allem mit technischen Standards des weltweiten Nachrichtenaustausches beschäftigt, den neuen technischen Nachrichtenstandard NewsML anerkannt (vgl. www.iptc.org, 06.05.01), der von Reuters konzipiert wurde (vgl. <http://newsshowcase.reuters.com/>, 06.05.01). Das Unternehmen will dadurch nicht weniger als die „[...] Arbeit von Journalisten und die Übermittlung von Informationen an den Verbraucher revolutionieren“¹.

NewsML basiert auf der Computersprache XML (Extensible Markup Language), deren Entwicklung seit ca. 1996 vom World Wide Web Konsortium vorangetrieben wird (vgl. <http://www.w3.org/XML/>, 06.05.01). Während HTML-Dokumente alle demselben Dokumenttyp angehören, erlaubt es die Meta-Sprache XML, verschiedene, freigestaltbare Dokumenttypen zu definieren und ermöglicht damit auch den Austausch strukturierter Daten über mehrere Plattformgrenzen hinweg, weil Daten gestaltungsunabhängig für verschiedene Medien bereitgestellt werden können. Da XML-Dokumente Informationen über den Text, also Meta-Daten enthalten, kann auch nach erweiterten Kriterien nach ihnen gesucht werden. Hier zeichnen sich neue Möglichkeiten ab, weil XML in professionellen Redaktionssystemen als Medienbrücke fungiert und so die Beschaffung, Verarbeitung, Präsentation und Verknüpfung von Inhalten über unterschiedliche Plattformen hinweg optimiert werden kann.

Mit NewsML will Reuters nun einen auf die Bedürfnisse der Nachrichtenindustrie angepassten XML-basierten Standard anbieten. Die relevanten Datenelemente werden dabei folgendermaßen beschrieben (vgl. <http://newsshowcase.reuters.com/>, 06.05.01): Das so genannte „ContentItem“ enthält die eigentliche Information bzw. Nachricht, bei Bedarf auch in unterschiedlichen Sprachen. „NewsComponent“ stellt als Meta-Datenelement Informationen über die Art der Nachricht zur Verfügung und bezeichnet die Art des „ContentItem“, bei dem es sich z. B. um eine Audio-, eine Text- oder Videodatei handeln kann. Das „NewsItem“ stellt schließlich das gesamte Paket dar, das so zur weiteren Verarbeitung und Veröffentlichung zur Verfügung steht.

Zentral hierbei sind vor allem die mitgelieferten Meta-Daten, also die Daten über die Art der Daten. Sie spielen überall eine besondere Rolle, wo Informationen in besonders vielfältiger und komplexer Form vorliegen. Im World Wide Web (WWW) entstehen Meta-Strukturen durch das Prinzip des Hypertext quasi von selbst. Der Komplexitätsgrad, der durch das Verlinkungsprinzip im WWW entsteht, ist so groß, dass sich neue Strukturen zu seiner Bewältigung herausbilden müssen. Während bestimmte Formen von Meta-Daten nur maschinenlesbar sind und z. B. von Suchmaschinen interpretiert werden können, nehmen mit dem Bedarf nach Orientierung gleichzeitig auch die für den User unmittelbar erkennbaren Meta-Angebote zu. Beispiele dafür sind Meta-Suchmaschinen, die gleichzeitig mehrere Suchmaschinen durchsuchen, aber auch Linkverzeichnis – so etwas wie „Programmzeitschriften“ für das WWW.

Für das Datenmanagement – auch im Journalismus – sind Meta-Daten also zentral. Anstatt die Darstellung von Daten zu beschreiben, wie es mit HTML geschieht, beschreibt XML die Art der Inhalte, so dass Informationen sehr viel zielgerichteter verarbeitet und auch gesucht werden können. Aus diesem Grunde gilt XML auch als wichti-

1 Stellungnahme von Tom Glocer, Chief Executive von Reuters Information und Reuters America, in einer Reuters Pressemitteilung vom 16.10.2000, <http://about.reuters.de/presse/> (15.5.2001).

ger Meilenstein auf dem Weg zum ‚semantischen Web‘, in dem es sehr viel einfacher sein soll, die wirklich passenden Informationen zu finden.

Entgegen früherer Prognosen (vgl. Weischenberg et al. 1994: 215) könnten also auf diese Weise Mobilitätsbarrieren zwischen Medienteilsystemen über kurz oder lang (technisch) überwunden werden. Dies würde in noch viel umfangreicherem Maße realisieren, was bereits Mitte der achtziger Jahre als Szenario für die künftigen Kommunikationsverhältnisse entworfen wurde: Informations-Waren entstehen aus standardisierten Bausteinen, die sich mit Hilfe der Computertechnik jeweils neu arrangieren lassen (vgl. Weischenberg 1985: 501). So würden aber auch die in diesem Zusammenhang vielfach thematisierten Vorzüge der so genannten individualisierten Massenkommunikation relativiert, die nur unter der Bedingung möglich ist, dass (Datenbank-)Inhalte anfragespezifisch rekombiniert und nach dem Baukastenprinzip immer wieder neu zusammengestellt werden (vgl. Siegert 1999: 52).

Durch derartige Formen zunehmender Standardisierung der Ware Information wird ihre Produktion und Distribution rationalisiert. Dies lässt (nicht nur) online die Zahl der so genannten „Redistributors“ stark ansteigen, die Agenturdienste abonnieren, um sie ohne weitere redaktionelle Bearbeitung ins Netz einzupflegen. Sie bieten journalistische Inhalte und Produkte als Mehrwert in einem journalismusfremden Umfeld an. Dabei handelt es sich nach herkömmlichen Kriterien um einen Pseudo-Journalismus ohne Medien(-institutionen).

3. Journalismus und Kompetenz

Im Rahmen einer grundlegenden Auseinandersetzung mit Qualifizierung und Rekrutierung für Medienberufe ist vorgeschlagen worden, zwischen der Fachkompetenz, der Vermittlungskompetenz und Sachkompetenz von Journalisten zu unterscheiden (vgl. Weischenberg 1990). Zur Fachkompetenz gehören instrumentelle Fähigkeiten und spezifisches Wissen, das vor allem auf Kenntnissen und Erkenntnissen aus der Kommunikationswissenschaft beruht. Sachkompetenz bezieht sich auf Wissen, das notwendig ist, um den Themen gerecht zu werden, die Gegenstand journalistischer Berichterstattung sind. Dabei geht es sowohl um allgemeines Orientierungswissen als auch um Ressort- bzw. Spezialwissen. Bei der Vermittlungskompetenz schließlich geht es darum, im Stande zu sein, Informationen jeweils angemessen umsetzen zu können, wobei auf die üblichen journalistischen Darstellungsformen zurückzugreifen ist.

Dieses Kompetenzraster ist im Rahmen einer Studie zur Zukunft des Journalismus Anfang der neunziger Jahre durch Expertenurteile evaluiert worden. Aus dieser „Delphi-Studie“ (vgl. Weischenberg et al. 1994: insbesondere 207 ff.) resultierten einige bemerkenswerte Differenzierungen. Dazu gehörte zunächst, dass der Sachkompetenz ein besonders hoher Stellenwert eingeräumt wurde. Auffallend war aber vor allem die Profilierung und Differenzierung von technischen Fähigkeiten im Rahmen der Fachkompetenz. Dabei wurde hervorgehoben, dass die Datenbankrecherche für die redaktionelle Arbeit zunehmend wichtiger werde. Ansonsten aber wurde bei den technischen Fähigkeiten zwischen Print (Redaktionssysteme) und Fernsehen (elektronische Berichterstattung) noch deutlich differenziert.

Eine aktuelle Befragung würde hier wahrscheinlich erneut ein anderes Bild ergeben. Über seine Konturen lassen sich freilich im Moment nur Vermutungen anstellen. Dazu gehört, dass die Technik unter den Bedingungen *datenbankgestützter* multimedialer Produktionsanforderungen in zunehmendem Maße Teil der Vermittlungskompetenz wird; dafür sprechen beispielsweise die geschilderten Standardisierungsversuche infor-

mationsverarbeitender Prozesse mit Hilfe von Reuters NewsML. Dort, wo es um Quellenkenntnis (insbesondere in Hinblick auf den Umgang mit Datenbanken) geht, wird Technik auch in verstärktem Maße zu einem zentralen Faktor im Rahmen der Sachkompetenz. Insofern ist anzunehmen, dass technische Fähigkeiten inzwischen quer zu einem Kompetenzraster liegen, das auf einer – zumindest analytischen – Trennung zwischen Sach-, Fach- und Vermittlungskompetenz beruht.

Abbildung 1: Journalistische Kompetenz im ‚Datenbank-Journalismus‘



4. Datenbank-Journalismus als Kompetenzprovokation?

Bereits Anfang der neunziger Jahre wurde die Befürchtung geäußert, dass die vollständige Elektronisierung der Medienredaktion in absehbarer Zeit bevorstehe und die journalistische Arbeit dadurch noch weniger an inhaltlich-kreativen und stärker an formal-technischen Kriterien ausgerichtet werden muss (Weischenberg et al. 1994: 212). Unbestreitbar sind diese Zeiten mittlerweile lange eingetreten – und mehr noch: Die „Elektronisierung“ betrifft nicht nur die Medienredaktionen, sondern gesamtgesellschaftliche Prozesse, welche innerredaktionelle Entwicklungen zusätzlich beschleunigen und stimulieren und damit die Prognosen von damals noch weit übertreffen.

Im heutigen Journalismus sind Prozesse der Deprofessionalisierung unübersehbar. Sie werden in Grenzbereichen – etwa im Spannungsfeld von Journalismus und Unterhaltung sowie von Journalismus und Geschäft – besonders deutlich. Im Hinblick auf Journalismus und Technik sind die Auswirkungen bisher schwer zu erfassen. Wobei allerdings gerade im Zusammenhang mit der Entwicklung des Internet immer deutlicher wird, wie stark Ökonomisierungs- und technische Standardisierungsprozesse ineinander greifen, die auch die journalistische Aussagenentstehung tangieren (vgl. Loosen

2001a). Unklar ist hier auch, ob immer mehr technische Qualifikationen „on top“ hinzukommen, oder ob sie journalistische Kompetenzen ersetzen bzw. verdrängen. Die Probleme, das System theoretisch und empirisch zu identifizieren (vgl. Scholl/Weischenberg 1998) setzen sich auf der Rollenebene fort: Wenn nicht mehr klar ist, was Journalismus ist, ist auch nicht mehr klar, wer Journalist ist.

Aus Sicht des Journalismus muss diese Entwicklung nicht zwangsläufig bedeuten, dass Journalisten immer mehr technische Aufgaben übernehmen müssen. Aber Technisierung und Ökonomisierung können journalistische Berufsbilder deprofessionalisieren. So kommt es vor allem im freien Journalismus zu „Funktionshybriden“; das hier traditionell unscharfe Berufsbild wird unter diesen Bedingungen noch konturenloser.

Offensichtlich – dies zeigen die aktuellen Entwicklungen um Reuters NewsML – benötigt der Journalismus aufgrund der steigenden technischen Komplexität zukünftig auch immer mehr Nicht-Journalisten (Techniker, Grafiker, Webmaster etc.) im Rahmen arbeitsteiliger Produktionsweisen. Der Gesamtapparat, den sich ein solcher Datenbank-Journalismus leisten muss, wird so immer größer und enthält immer mehr journalismusfremde Elemente. Allerdings scheint ein „Überschuss“ an Struktur erforderlich, um die Funktion des Journalismus zu erhalten.

Eine derartige Entwicklung könnte einzelne Journalistinnen und Journalisten aber auch von zu vielen journalismusfremden und -fernen Tätigkeiten entlasten. Die Frage ist nur, welches „Mischungsverhältnis“ eine Redaktion aushalten kann, ohne ihre journalistische Identität zu verlieren. Auf der Ebene der Medieninstitutionen wäre zu rekonstruieren, wie redaktionelle Organisationen mit ihren Programmen auf die Veränderungen reagieren und welche strukturellen Veränderungen notwendig sind, um einen medienneutralen „Datenbank-Journalismus“ zu realisieren.

In Hinblick auf neue Kompetenzanforderungen müssen daraus resultierende Fragestellungen differenziert werden, und zwar in allen Dimensionen des Journalismus (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 20 ff.):

Auf der Ebene der Mediensysteme ergeben sich Differenzierungen, weil sich der Doppelcharakter von Medien als Unternehmen und als Institutionen zunehmend zugunsten der wirtschaftlichen Aktivitäten verschiebt, die ökonomische Produktionsmodelle unvermeidlich machen.

Auf der Ebene der Medieninstitution ergeben sich Differenzierungen, weil vor allem hier die Weichen für die Ausdifferenzierung medialer Angebotsstrukturen im inter- und intramediären Rahmen gestellt und Modelle für die Produktion und Distribution von Medianaussagen bestimmt werden.

Auf der Ebene der Medianaussagen ergeben sich Differenzierungen in Bezug auf verschiedene Themen, Ressorts sowie Darstellungsformen und Berichterstattungsmuster, weil vor allem der stark formalisierte Umgang mit Nachrichten weitgehend von inhaltlichen Aspekten entlastet, so dass andere Inhalte weniger Standardisierungsmaßnahmen ausgesetzt scheinen.

Auf der Ebene der Medienakteure ergeben sich Differenzierungen, weil vor allem binenjournalistische Rollendifferenzierungen unterschiedlich „anfällig“ machen für zunehmende Technisierung (vgl. Weischenberg et al. 1994: 214).

Entscheidend für die zukünftige Entwicklung journalistischer Tätigkeiten wird vor allem das Verhältnis zwischen Generierung, Selektion und Präsentation von Informationen und Inhalten sein: Hier würde beispielsweise die Einschränkung journalistischer Informationssuche eine Deprofessionalisierung bedeuten, sofern im Bereich der Recherche selbst oder bei der Berichterstattung keine Kompensationsleistungen zum Aus-

gleich zunehmend standardisierter, mehrfach verwendeter Informationsbausteine erbracht werden können. Wenn aber bei der Aufbereitung journalistischer Inhalte die Standardisierung so weit gehen würde, dass die Funktionalität gleichermaßen Form und Inhalt bestimmt, würde Datenbank-Journalismus tatsächlich konturenlos. In diesem Fall wäre seine Leistung auf ‚Content-Management‘ reduziert (vgl. Loosen 2000).

Im Rahmen einer journalismusverträglichen Technikanwendung wäre aber andererseits auch denkbar, dass neue Gestaltungsmöglichkeiten und -formen entstehen. Funktionaler ‚Datenbank-Journalismus‘ könnte sich z. B. im Rahmen neuerer Redaktionsmodelle entwickeln, die Themen- und Kompetenzkreuzungen durch Kooperationen, Projektredaktionen sowie Recherche- und Reportergruppen vorsehen (vgl. Meier 1999: 684).

Zur ‚Systemkonsistenz‘ des Journalismus gehört ein bestimmtes Set an Selektionskriterien bzw. Programmen, mit Hilfe derer Input und Umweltkontakte verarbeitet werden; dazu gehören beispielsweise die Nachrichtenfaktoren, deren Relevanz für Selektions- und Strukturierungsprozesse in verschiedenen Kontexten vielfach nachgewiesen wurde (vgl. Loosen 1998; Eilders 1997). Daran ändern auch neue Technologien zunächst einmal nichts.

Das bedeutet aber nicht, dass sie journalistische Arbeitsprozesse nicht tangierten. Journalismus verschwindet nur dann nicht mit den geschilderten komplexen Technisierungsprozessen, wenn er sich ein gewisses Maß an Invarianz seiner Programme leistet. Diese müssen so flexibel sein, dass sie sich Strukturveränderungen anpassen können und so unflexibel, dass die Funktion des Systems erhalten bleibt, der Gesellschaft eine permanente Selbstbeobachtung zu ermöglichen und der Bevölkerung die Orientierung in unübersichtlicher Lage.

Literatur

- Dermühl, Peter (2000): Content à la Carte, in: Werben & Verkaufen, 42: 168 – 172.
- Dernbach, Beatrice (1998): Braucht die Multimedia-Gesellschaft Berufskommunikatoren? Aufgaben und Anforderungen im Wandel, in: Dies./Manfred Rühl/Anna Maria Theis-Bergelmair (Hrsg.): Publizistik im vernetzten Zeitalter: Berufe – Formen – Strukturen, Opladen/Wiesbaden: 53 – 67.
- Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Opladen.
- Görke, Alexander (2000): Systemtheorie weiterdenken. Das Denken in Systemen als Herausforderung für die Journalismusforschung, in: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch, Opladen/Wiesbaden: 435 – 454.
- Götzenbrucker, Gerit (2000): Transformationsprozesse des Online-Journalismus. Technologische, organisatorische und qualifikatorische Hintergründe, in: Altmeyen, Klaus-Dieter/Hans-Jürgen Bucher/Martin Löffelholz (Hrsg.): Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis, Opladen/Wiesbaden: 49 – 70.
- Graham Storey (1951): Reuters' Century. 1851-1951, London.
- Hickethier, Knut/Joan Kristin Bleicher (1998): Die Inszenierung der Information im Fernsehen, in: Willems, Herbert/Martin Jurga (Hrsg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch, Opladen/Wiesbaden: 369 – 383.
- Kohring, Matthias (2000): Komplexität ernst nehmen. Grundlagen einer systemtheoretischen Journalismustheorie, in: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch, Opladen/Wiesbaden: 153 – 168.
- Loosen, Wiebke (1998): Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichtserstattung, Wiesbaden.
- Loosen, Wiebke (2001): Mediale Synergien – Crossmedia-Markenstrategien und Konsequenzen

- für den Journalismus, in: Beck, Klaus/Wolfgang Schweiger (Hrsg.): *Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit*, München: 237 – 248.
- Loosen, Wiebke (2001a): Das Ende der Verheißungen? Technisch und ökonomisch determinierte Beschränkungen des ‚freien‘ Informationszugangs im World Wide Web, in: Maier-Rabler, Ursula/Michael Latzer (Hrsg.): *Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft*, Konstanz: 287 – 298.
- Mast, Claudia/Manuela Popp/Rüdiger Theilmann (1997): *Journalisten auf der Datenautobahn. Qualifikationsprofile im Multimedia-Zeitalter*, Konstanz.
- Meckel, Miriam (1996): Die vernetzte Welt. Perspektiven der globalen Informationsgesellschaft, in: Dies./Markus Kriener (Hrsg.): *Internationale Kommunikation. Eine Einführung*, Opladen: 299 – 321.
- Meckel, Miriam (1998a): Internationales als Restgröße? Strukturen der Auslandsberichterstattung im Fernsehen, in: Kamps, Klaus/dies.: *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen*, Opladen/Wiesbaden: 257 – 274.
- Meckel, Miriam (1998b): Nachrichten aus Cyburbia. Visualisierung und Hybridisierung des Fernsehens, in: Kamps, Klaus/dies. (Hrsg.): *Fernsehnachrichten*, Opladen: 203 – 212.
- Meier, Klaus (1999): Redaktionelle Differenzierung im Kontext zeitgeschichtlicher Differenzierungen, in: Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Massenmedien und Zeitgeschichte*, Konstanz: 676 – 687.
- Renner, Kai-Hinrich (2000): Vom Journalisten zum Content-Manager, in: *Media & Marketing*, 3: 50 – 53.
- Schneider, Irmela (1997): Von der Vielsprachigkeit zur „Kunst der Hybridation“. Diskurse des Hybriden, in: Dies./Christian W. Thomsen (Hrsg.): *Hybridkultur. Medien, Netze, Künste*, Köln: 13 – 66.
- Scholl, Armin/Siegfried Weischenberg (1998): *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*, Opladen/Wiesbaden.
- Siebert, Gabriele (1999): Bits-ness as usual? Auswirkungen der Digitalisierung auf Medienmarketing und Medienwerbung, in: Knoche, Manfred/dies. (Hrsg.): *Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation*, München: 47 – 67.
- Wegner, Claudia (2001): *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine*, Wiesbaden.
- Weischenberg, Siegfried (1982): *Journalismus in der Computergesellschaft: Informatisierung, Medientechnik und die Rolle der Berufskommunikatoren*, München u. a.
- Weischenberg, Siegfried (1985): Marktplatz der Elektronen. Reuters auf dem Weg zurück in die Zukunft. Eine Fallstudie zum Profil künftiger „Massenkommunikation“, in: *Publizistik* 4: 485 – 508.
- Weischenberg, Siegfried (1990): Das „Prinzip Echternach“. Zur Einführung in das Thema „Journalismus und Kompetenz“, in: Ders. (Hrsg.): *Journalismus & Kompetenz. Qualifizierung und Rekrutierung für Medienberufe*, Opladen.
- Weischenberg, Siegfried (1995): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation*, Bd. 2: *Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*, Opladen.
- Weischenberg, Siegfried/Martin Löffelholz/Klaus-Dieter Altmeppen (1994): *Die Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends*, Opladen.
- Weischenberg, Siegfried/Ulrich Hienzsch (1994): Die Entwicklung der Medientechnik, in: Merten, Klaus/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen/Wiesbaden: 455 – 480.