

„Journalistische Recherche im Internet“

Ausschreibungsunterlagen und Projektbeschreibung

Düsseldorf, 18. August 2006

Bitte beachten Sie unbedingt auch die Bedingungen für die Übersendung der Projektanträge auf der letzten Seite.

Nach § 88 Abs. 4 Mediengesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) gehört es zu den Aufgaben der LfM, die Veranstaltung, Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten einschließlich neuer Programmformen und -strukturen regelmäßig wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Forschungsschwerpunkte orientieren sich dabei am Handlungsbedarf und am Erkenntnisinteresse der LfM.

I. Allgemeines

Die LfM hat durch ein formalisiertes Verfahren sicherzustellen, dass aus der Gesamtheit der eingegangenen Anträge eine sinnvolle Auswahl getroffen wird. Die folgenden Kriterien sollen eine Entscheidungshilfe für eine angemessene Beurteilung der Anträge darstellen.

Anträge bzw. Antragsteller sollen die folgenden Anforderungen erfüllen:

1. Unabhängigkeit der forschenden Personen/Institutionen

Die beantragenden Personen/Institutionen dürfen in den angegebenen Forschungsfeldern keine Eigen- oder Fremdinteressen vertreten, sondern müssen unabhängig sein. Die LfM berücksichtigt ausschließlich solche Anträge, die eindeutig nicht (auch) auf Verwertungsinteressen Dritter gerichtet sind.

Diese Unabhängigkeit kann als gegeben angenommen werden, wenn die Anträge von Hochschulen, unabhängigen Forschungsinstitutionen, gemeinnützigen Vereinen o.ä. Einrichtungen gestellt werden.

2. Medienwissenschaftliche Kompetenz

Antragsteller sollten im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung ausgewiesen sein und dieses durch ihre wissenschaftlichen Veröffentlichungen be-

legen können. Vorhandene forschungspraktische Erfahrungen und methodisches Wissen bzgl. der Untersuchungsgegenstände werden als Voraussetzung einer effizienten Forschung angesehen. Hierdurch sollen keineswegs interessante und jenseits traditioneller "Forschungspfade" angelegte innovative Untersuchungen noch nicht etablierter Wissenschaftler (-gemeinschaften) abgewiesen werden.

3. Integration bestehender Forschungsergebnisse

Dem Forschungsgegenstand angemessen sollen beantragte Untersuchungen mit innovativen Ansätzen arbeiten. Das schließt jedoch im forschungsökonomischen Interesse nicht aus, bestehende Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der Medienforschung zu integrieren bzw. für das Untersuchungsdesign zu verwenden.

Ein Vergabekriterium ist deshalb auch, inwieweit neuere Forschungsergebnisse einbezogen werden. Aus der Gestaltung der beantragten Untersuchung, nicht jedoch aus gesonderten Kapiteln des Antrages zum Stand der Forschung, soll geschlossen werden können, ob der gegenwärtige Stand der Medienforschung in der Projektkonstruktion berücksichtigt wurde.

4. Methoden

Die Vergabe hängt davon ab, ob die methodische Konzeption der Untersuchung dem jeweiligen Forschungsgegenstand angemessen ist. Wichtig ist deshalb eine genaue Auflistung der beabsichtigten Methoden. Bevorzugt gefördert werden im Einzelfall Projekte mit einer Kombination quantitativer und qualitativer Methoden.

5. Realisierung des geplanten Forschungsprojektes

Erforderlich ist eine genaue Auflistung der berücksichtigten Untersuchungsschritte. Das Verhältnis zwischen Untersuchungsfragen und -aufbau muss in

sich schlüssig sein. Generell wird vorausgesetzt, dass die geplanten Untersuchungen auch faktisch realisierbar sind, besonders im Hinblick auf den zeitlichen und den finanziellen Rahmen.

6. Für die Vergabe von Projekten sind auch forschungsökonomische Gesichtspunkte von Bedeutung.

Die LfM erwartet von den Projektnehmern keine Subordination wissenschaftlicher unter wirtschaftliche Kriterien. Forschungsaufwand, -ergebnisse und -etat müssen indessen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Werden die der Untersuchung zugrunde liegenden Fragestellungen und die methodischen Vorgehensweisen als sinnvoll erachtet, so wird innerhalb dieser vorgegebenen Rahmenbedingungen nach dem Kriterium der Forschungsökonomie ausgewählt werden. Hiermit ist nicht nur die Höhe der beantragten Gelder gemeint. Der Begriff der Forschungsökonomie umfasst vielmehr die Verwendung der Gelder, die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen und den Rückgriff auf eine bereits vorhandene forschungstechnische Ausstattung der Antragsteller (hierzu gehören z.B. Rechneranlagen und Erhebungsgeräte).

II. Forschungsfragen

Immer mehr Menschen greifen bei der Informationssuche auf das Internet als zentrale Quelle zurück. Im Vergleich zu den traditionellen Medien wie Zeitungen, Fernsehen und Hörfunk ist über das Internet eine wesentlich größere Vielzahl an Informationen verfügbar. Das Internet hat aber nicht nur zu veränderten Informationszugängen des gemeinen Nutzers geführt, auch Medienschaffende, d. h. Journalistinnen und Journalisten, bedienen sich in ihrer täglichen journalistischen Arbeit unterschiedlicher Online-Anwendungen. Von der Nutzung der E-Mail für Rechercheanfragen über den Einsatz von Suchmaschinen, das Aufsuchen von Internetseiten unterschiedlicher Institutionen und Unternehmen, (themenspezifischen) Newsportalen, Nachrichtensuchmaschinen, (gebührenpflichtigen) Datenbanken, Blogs und Fachforen bis hin zum Abonnieren von Newslettern und -diensten reicht das Spektrum der möglichen Anwendungen, die von

Journalistinnen und Journalisten im Internet genutzt werden.

Die Studie „Journalisten im Internet 2005“¹ verdeutlicht bezogen auf deutschschweizer Medienschaffende, dass inzwischen – ohne die Nutzung von E-Mails – 91,6 % der Journalisten/-innen mindestens täglich das Internet für ihre Arbeit nutzen. Auch die bisher noch unveröffentlichte Studie „Journalismus in Deutschland“² konstatiert die Bedeutung, die die Online-Recherche inzwischen bei der journalistischen Arbeit in Deutschland einnimmt. Das Einsatz und Relevanz der Recherche über das Internet inzwischen so groß sind, lässt sich durch die mit der Online-Recherche verbundenen Vorteile erklären. Über das Internet sind wesentlich mehr Informationen verfügbar, die im Vergleich zur Offline-Recherche oft deutlich schneller ermittelt werden können und dies zu teilweise wesentlich geringeren Kosten. Insbesondere Basisinformationen und Fakten können mit einem geringeren Aufwand als zuvor recherchiert und validiert werden. Zudem erleichtert das Internet den Zugang beispielsweise zu ausländischen Quellen, die über andere Zugangswege gar nicht oder nur schwer erreichbar wären.

Durch dieses neue Rechercheinstrument haben sich die Arbeitsweisen und Rahmenbedingungen der journalistischen Arbeit in den letzten Jahren gewandelt. Dabei ist zu vermuten, dass der Einsatz dieser technologischen Entwicklungen nicht ohne qualitative Auswirkungen auf den Journalismus geblieben ist. Die zentrale Frage ist nun, welcher Art diese qualitativen Veränderungen sind. Hierzu liegen eher Vermutungen und Fragen als wissenschaftliche Erkenntnisse vor:

- Vor dem Hintergrund der insgesamt schlechten wirtschaftlichen Gesamtsituation und durch die verstärkte Abwanderung von Werbebudgets zu Online-Medien, waren die Werbeeinnahmen der traditionellen Medien in den letzten Jahren eher rückläufig. Somit ist der ökonomische Druck gewachsen. Knappere finanzielle

¹ Vgl. Keel, Guido/Bernet, Marcel: Journalisten im Internet 2005. Eine Befragung von Deutschweizer Medienschaffenden zum beruflichen Umgang mit dem Internet. Unter: http://www.iam.zhwin.ch/download/Studie_2005.pdf.

² Vgl. Weischenberg, Siegfried/Scholl, Armin/Malik, Maja: Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die deutschen Journalisten, Konstanz: UVK (erscheint im September) in: Weischenberg, Siegfried/Loosen, Wiebke: Thesenpapier zum Expertenworkshop „Journalistische Recherche im Internet“ am 29.6.2006.

und personelle Ressourcen bleiben jedoch nicht ohne Folge für die journalistische Arbeit. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob der ökonomische Druck bezogen auf die Recherchequalität eher unerheblich ist, da durch die Möglichkeit der ergänzenden Online-Recherche Informationen wesentlich effektiver und schneller gefunden werden können und somit insgesamt weniger Recherchezeit benötigt wird. Oder führen die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen eher dazu, dass Journalisten zunehmend neben dem Recherchieren und Schreiben auch andere Tätigkeiten wie z.B. die Textgestaltung übernehmen müssen und somit auf zeitaufwendigere Offline-Recherche, d.h. persönliche Kontaktaufnahme etc., mehr und mehr zu Gunsten der Online-Recherche verzichten? Welche Folgen hätte das für die Recherchetiefe und -qualität?

- Zwar sind über das Internet Informationen schneller verfügbar, dadurch wächst jedoch auch der zeitliche Druck auf die Medienschaffenden, schneller zu sein als die Konkurrenz. Hierdurch ergibt sich die Gefahr, dass die Recherche insgesamt nicht mehr so gründlich durchgeführt wird und schneller ungeprüfte Informationen veröffentlicht werden.
- Durch die Online-Recherche werden die journalistischen Mindeststandards gehoben: Bezogen auf die Recherche über Suchmaschinen formuliert Jochen Wegner³ die These, dass Google inzwischen die Mindeststandards der journalistischen Recherche definiere. Angesichts einer geringen durchschnittlichen Rechercheleistung in den Redaktionen, habe der Einsatz von Google das „allgemeine Niveau“ gehoben. Zudem würden durch Google „Schablonen-Journalismus“ und Fakes schneller enttarnt werden. Auf der anderen Seite ist zu vermuten, dass sich der Qualitätsjournalismus in den so genannten Leitmedien weiterhin zeitaufwendigere Offline-Recherche leisten kann. Ungeklärt ist bisher jedoch die Frage, wie die qualitativen Veränderungen, die mit dem Einsatz der Online-Recherche einhergehen, im „journalistischen Mittelbau“, d.h. der journalistischen Gruppe zwischen den beiden genannten Polen, zu bewerten sind. Be-

zogen auf die gesamte Berufsgruppe stellt sich Fragen, wie die über das Internet gefundenen Informationen bewertet werden. Insbesondere im Internet, in dem jeder Informationen veröffentlichen kann, kommt es häufiger zum Lancieren von falschen und bewusst irreführenden Informationen, die sich im Internet schnell verbreiten. Inwieweit sind Journalisten/-innen für dieses Problem sensibilisiert und legen insbesondere bei der Online-Recherche gemäß den journalistischen Qualitätsstandards erhöhten Wert auf die Prüfung von Urheberschaft und das Hinzuziehen von weiteren Quellen?

- Während über das Internet Basisinformationen und Fakten mit geringem Aufwand ermittelt werden können, ist das Internet jedoch weniger dazu geeignet, Themen zu setzen. Die Recherche von Themen und weiteren Hintergrundinformationen über das persönliche Gespräch kann daher durch die alleinige Recherche im Netz nicht ersetzt werden. Bezogen auf den Rechercheprozess stellt sich die Frage, in welchem Bezug die beiden Recherche-Wege zueinander stehen und in welcher Phase der journalistischen Arbeit und des Rechercheprozesses welche Maßnahmen zu welchem Zweck eingebunden werden. Wofür wird die im journalistischen Arbeitsprozess durch die Online-Recherche von Basisinformationen und Fakten „eingesparte“ Zeit im Produktionsprozess verwendet?
- Sofern keine konkreten Seiten im Internet aufgesucht werden, stellen Suchmaschinen - und hier überwiegend Google - den zentralen Ausgangspunkten für die Online-Recherche dar. Für die Schweiz belegt dies die Untersuchung „Journalisten im Internet 2005“. 96,9 % der Befragten gaben an, dass Suchmaschinen für die journalistische Arbeit sehr wichtig bzw. wichtig seien. Da Suchmaschinen den Informationsfluss im Internet kanalisieren und bestimmen, welche Internetseiten überhaupt und in welcher Priorität angezeigt werden, kommt ihnen eine zentrale gesellschaftliche Bedeutung zu. Aufgrund der publizistischen Macht, die Suchmaschinen durch ihre Rolle als so genannte „Gatekeeper“ im Internet erhalten, stellt sich mit Blick auf die Prinzipien der Informations- und Meinungsfreiheit die Frage, auf welche Weise sie diese einflussreiche Funktion wahrnehmen und

³ Vgl. Wegner, Jochen: Die Welt laut Google. In: epd medien, Nr. 4 19.1.2005, S. 8 -11.

welche Defizite unter gesellschaftsrelevanten Gesichtspunkten auszumachen sind. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Suchmaschinen keine *neutralen* Werkzeuge sind. Der technische Suchalgorithmus, der den Suchmaschinen zugrunde liegt, wird nach bestimmten, von Menschen vorgegebenen Kriterien definiert. Die Kriterien, die der Suche und der Erstellung der Ergebnislisten zugrunde liegen, und die potentiellen Manipulationen sind den meisten Journalisten/-innen jedoch kaum bekannt und werden von den Suchmaschinenbetreibern bisher nur unzureichend transparent gemacht. Beispielsweise verkaufen Suchmaschinen Anbietern von kommerziellen Webseiten eine hohe Platzierung innerhalb der Trefferliste, ohne diese bezahlte Positionierung für den Nutzer immer transparent zu machen. Zudem versuchen Inhalteanbieter durch externe Manipulationen – häufig unterstützt durch so genannte Suchmaschinen-Optimierer (Search Engine Optimizer) – eine bessere Platzierung in der Trefferliste zu erreichen. Wegner⁴ führt aus, dass Suchmaschinen in ihren Trefferlisten, Themen und Meinungen oft verzerrt widerspiegeln. Die Trefferzahl eines Sachverhalts oder einer Person sei jedoch nicht als Indikator für seine bzw. ihre Relevanz zu sehen. Auch anhand der Positionierung einer Seite in der Ergebnisliste könne ihre Bedeutung nicht bemessen werden, da die Suchkriterien von Suchmaschinen nicht denen der journalistischen Recherche entsprechen. Journalisten/-innen nähmen die Relevanz eines Themas jedoch häufig verzerrt wahr, weil Google hierzu besonders viele oder wenige Internetseiten findet. Somit stellt sich auch mit Blick auf den Einsatz von Suchmaschinen die Frage nach dem spezifischen Umgang mit Blick auf den gesamten Rechercheprozess. Aufgrund der quantitativen Bedeutung die Suchmaschinen in der Online-Recherche einnehmen, sind folgende Fragen von besonderem Interesse: Welche Suchmaschinen und Webkataloge kommen regelmäßig zum Einsatz? Wie werden das Ergebnis der Recherche und die Qualität der daraus resultierenden journalistischen Beiträge bewertet? Inwieweit sind den Journalisten/-innen die Suchkriterien bzw. die Mängel von Suchmaschinen, die durch interne und externe Manipulationen verursacht werden können und die daraus resultierende verzerrte Realitätssdarstellung, bewusst? Sollten sie hinsichtlich einer kritischen Bewertung der Ergebnisse sensi-

⁴ Vgl. Wegner, Jochen: Die Welt laut Google. In: epd medien, Nr. 4 19.1.2005, S. 8 -11.

bilisiert sein, welche Strategien werden angewandt, um diese Defizite zu umgehen?

- Neben den klassischen Suchmaschinen fungieren auch spezifische News-Portale, wie z.B. Google News, als Recherchehilfe für Journalisten/-innen. Im Gegensatz zu Nachrichtenplattformen, die mit großem journalistischem Personalaufwand betrieben werden, wie z.B. T-Online, Spiegel Online oder Focus Online, stellt Google News als ein so genannter News Aggregator auf der Basis eines spezifischen Suchalgorithmus aus ausgewählten Quellen eine ständig aktualisierte Nachrichtenauswahl zusammen.⁵ Wie bei klassischen Suchmaschinen sind auch hier die Parameter, die der Suche zugrunde liegen, nicht transparent, so dass es zu Verzerrungen der Themen- und Quellenwahl kommen kann, die für den Nutzer nicht nachvollziehbar sind. Wie und wann Nachrichten durch Google gewichtet und platziert werden, ist kaum zu erkennen. Zudem werden laut Mrazek nur frei zugängliche Quellen aufgeführt. Inhalte für die gezahlt werden müssen – auch wenn sie ggf. von größerer Relevanz für ein Thema sind – werden nicht aufgelistet und verschwinden somit aus dem Bewusstsein der Nutzer. Auch eine Trennung von journalistischen Texten und PR-Beiträgen wird in solchen technisch generierten News-Portalen nicht vorgenommen. Welche Relevanz kommt solchen NachrichtenSuchmaschinen bei der journalistischen Recherche zu und wie werden die Suchergebnisse von den Journalisten/-innen bewertet?

In verschiedenen aktuellen Studien wurden bisher insbesondere der quantitative Einsatzes von Online-Medien in der journalistischen Arbeit erforscht. Diese Studien verdeutlichen, dass die Internet-Recherche inzwischen eine wichtige Rolle im alltäglichen Rechercheprozess einnimmt. Wie die oben dargestellten Gesichtspunkte verdeutlichen, fehlen jedoch weitgehend fundierte wissenschaftliche Erkenntnisse über qualitative Aspekte des veränderten Rechercheprozesses und des spezifischen Einsatzes und der Funktion der Internet-Recherche. Verfügen die Journalisten/-innen über die notwendigen Kompetenzen, um dieses Rechercheinstrument effektiv und nach den Maßgaben

der journalistischen Qualitätsstandards zu nutzen? Im Mittelpunkt steht dabei natürlich immer die Frage nach möglichen Auswirkungen auf die Qualität des journalistischen Beitrags. Bei der Beantwortung dieser Fragen durch ein Forschungsprojekt muss den unterschiedlichen medien- und arbeitsspezifischen Kontexten der Journalisten/-innen Rechnung getragen werden. Lassen sich bezogen auf den Stellenwert und die Art der Einbindung der Online-Recherche in den Gesamtprozess Muster bzw. Typen mit Blick auf das Alter, die Ausbildung, das Selbstverständnis, Beschäftigungsverhältnis etc. der Medienschaffenden bzw. dem Medientyp, den organisatorische Struktur etc. der Medien ausmachen?

Vor dem Hintergrund der Fragestellungen sollte soweit sinnvoll ein überwiegend qualitativ angelegtes Forschungsdesign entwickelt werden, das den konkreten Arbeitsalltag und die Kompetenzen der Journalisten bezogen auf den Rechercheprozess in den Blick nimmt. Zudem sollten bei der Anlage des methodischen Vorgehens die verschiedenen Rechercheinstrumente, unterschiedliche Medientypen und strukturelle Rahmenbedingungen berücksichtigt werden.

Mit diesem Projekt will die Landesanstalt für Medien NRW insbesondere einen Beitrag zu der Debatte über qualitative Standards im Journalismus leisten. Die Ergebnisse sollen in die Vermittlung eines angemessenen Umgangs mit Online-Recherchen in der Aus- und Weiterbildung von Journalisten/-innen einbezogen werden.

Für das Forschungsprojekt stehen bis zu € 100.000,- (inklusive Mehrwertsteuer) zur Verfügung. Das Projekt soll voraussichtlich im November 2006 beginnen und eine Laufzeit von 15 Monaten nicht überschreiten.

⁵ Vgl. Mrazek, Thomas: Google sei mit uns. In: *journalist* 3/3005 S. 48 - 49.

Das detaillierte Projektkonzept sollte neben Ausführungen zu dem Methodendesign einen Zeit- und Kostenplan beinhalten. In dem Kostenplan ist die ggf. abzuführende Mehrwertsteuer (ab 2007 gültigen Mehrwertsteuersatz!) auszuweisen. Darüber hinaus ist dem Antrag eine 1- bis 2-seitige Zusammenfassung beizufügen.

Ende der Ausschreibungsfrist ist Donnerstag, der 28. September 2006 (Datum des Poststempels).

Anträge dürfen nicht per Fax oder per Email eingereicht werden. Anträge müssen unbedingt an die Postfach-Adresse der LfM geschickt werden.

Für Rückfragen steht Ihnen bei der Landesanstalt für Medien NRW Antje vom Berg unter der Tel.-Nr. 0211/77007-168 oder per E-Mail (avomberg@lfm-nrw.de) zur Verfügung.

Sollte das Projekt Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihre Unterlagen in einem verschlossenen Umschlag an folgende Anschrift:

Landesanstalt für Medien NRW, Bereich Förderung, **Kennwort: „Journalistische Recherche im Internet“**, Postfach 103443, 40025 Düsseldorf.

Bei persönlicher Übergabe können Sie den Projektantrag bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Adresse Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, einreichen. Bitte geben Sie unbedingt das Kennwort an!