

Am Stück

Die Zukunft der „Zeitung“ ist *Dynamic Infogaining*

Seit Jahren brodeln die Diskussionen um die Zukunft der Zeitung. Fast immer wird die Frage auf den „Kampf“ zwischen Print und Internet als Distributionsweg verkürzt. Das ist fatal, weil die wirklichen Veränderungen dabei nicht genügend berücksichtigt werden. Denn die „Zukunft“ der Zeitung ist längst Gegenwart, Gewohnheit, tägliches Geschehen. Es ist eine radikale Veränderung des Verhaltens der Leser/Nutzer. Und die ist definitiv unumkehrbar längst geschehen. Wir nehmen es nur nicht in genügendem Maße zur Kenntnis.



Grapsch. Schnapp. Her damit!

Die Veränderung könnte man mit *„bürgerlichem Bibliotheks-Syndrom“* karikieren. Denn bislang schien es ein dem Menschen angeborenes *Urbedürfnis, eine „Beute“ zu horten*. Es bringt es biologisch aus seiner Eigenschaft als steinzeitliches Jagd- und Sammelwesen mit. Die ursprünglich ausschließlich materielle Beute („Bären + Beeren“) wurde irgendwann auch zur *Beute von Ideen und Visionen, Schilderungen und Darstellungen, Diskurse und Diskussionen – gedruckt auf Papier, gebunden zu Büchern* oder anderen Formen von Einzelexemplaren. Die man, Goethe sagt es perfekt, erst schwarz auf weiß, dann immer bunter „getrost nach Hause tragen“ kann. Man kann sie sich buchstäblich „zu eigen machen“ – was eine starke psychologische Triebfeder ist. Von so etwas legt der vorsorgende Mensch gerne Vorräte an. In Höhlen, die heute Wohnung, Büro, Bibliothek heißen. Es ist in jedem Fall *„Wissen am Stück“*, sozusagen materialisiert geklumpfte Informationen (engl. *„knowledge cluster“*).

Damit verbunden ist die Idee von *„Ewigkeit“*. Auf Druckseiten soll die menschenkörperliche Sterblichkeit überwunden werden. Und was „ewig“ ist, halten wir tendentiell auch eher für wahr und richtig. Trotz „gelogen wie gedruckt“ spricht man Gedrucktem Authentizität im Sinne von Richtigkeit zu; selbst heutige Umfragen finden immer wieder heraus, die Tageszeitung sei das zuverlässigste, „ehrlichste“ Medium. Dabei stammen ihre Inhalte ausschließlich aus Netzwerk-Quellen (im weitesten Sinne „dem Internet“) und von Agenturen., sind allesamt rein subjektive, parteiliche Beobachtungen und Schilderungen, Kommentare. De facto haben sie keinen größeren Wirklichkeits-Gehalt wie ein Stammtischgeschwätz – allenfalls ein solches auf höherem Niveau.

Vertrauen in den Datenstrom

Dieses Sammeln von Informationen trennt heute die Generationen. Die älteren neigen dazu, Emails sicherheitshalber auszudrucken. Die jüngeren sind vollkommen zufrieden, eine Informationen, die sie just zur Sekunde brauchen, im Netz zu finden – – und dann unter Umständen nie wieder zu sehen. Das Internet ist ja wie ein Blitz, eine Momentaufnahme. Klick – jetzt! Beim nächsten Klick kann der Inhalt, die Information, das Gezeigte anderes oder verschwunden, Neues aufgetaucht sein. Diese permanente Veränderung speichern zu wollen wäre Wahnsinn. Gleichwohl Google sich diesem Unterfangen irgendwie nähert. Suchmaschinen bzw. *Meta-Suchmaschinen (das sind Suchmaschinen, die Suchmaschinen durchsuchen)* ermöglichen zu jedem Zeitpunkt, sich eine Information auf aktuellem Stand neu zu verschaffen – weshalb das Speichern einer gefundenen oder erhaltenen *obsolet, überflüssig* erscheint.

Eine Fabel. Oder Metapher.

Zwei Almen, eine gehört dem alten, eine dem jungen Bauern. Durch beide fließt ein Wildbach. Woran erkennt man, wer welche besitzt? Der Alte hat einen Teich angelegt. alls mal eine Trockenheit kommt. Daraus schöpft er täglich ein Fass und bringt es in den Stall. Der Junge optimiert das Trinkverhalten seiner Kühe durch individuelle Dosiergeräte, die direkt aus dem Bergbach gespeist werden, mit frischen, klaren Wasser. Für Trockenzeiten hat er einen Wasseranteils-Vertrag mit dem Alten geschlossen ...



Die 1. Zeitung der Welt (Faksimile)

Anfangen hat diese Mediengattung mit Almanachen, am besten übersetzt mit Jahresberichten. Dann kamen, Jahrhunderte später, Monatsausgaben, erst seit anderthalb Jahrhunderten gibt es eigentlich eine Tages-Zeitung, franz. Journal. In den 20er, 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts erlaubten sich große Zeitungen sowie eine Morgen-, Abend-, manchmal auch Nacht-Ausgabe. Oder zu Mittag ein Extrablatt.

Heute gibt es die Nachrichten meist zu jeder Stunde, bei speziellen Sendern im Viertelstundentakt in TV und Radio. Alles noch viel zu langsam: **im Internet gibt es jede Sekunde viel Neues. Vor allem aber: es gibt Millionen Quellen, die man nutzen könnte.** Dies ist im direkten Sinne des Wortes gar nicht mehr fassbar, nicht mehr (auf Papier oder einem anderen Medium) materialisierbar. Warum denn auch? Es steht ja jedem frei, von Besonderem einen Abdruck zu machen, sozusagen im Ausnahmefall.

Gedrucktes, das ist die Einbahnstraße von Autor/Absender an Leser. Internet, das ist der Einblick des Users in eine gigantische Informationsschleuder. Das nennt man **Infogaining**, und es ist dynamisch, permanent in Generierung von Informationen durch den Nutzer. Es ist das genaue Gegenteil von Info-Logistik, das „Zustellen“ von Informationen von einem Absender („Verleger“) an potentielle Nutzer.

- **Dieses ist die Form, die man heute unter „News“ versteht. News bleibt, das zweite Wort im englischen Newspaper wird überflüssig.**

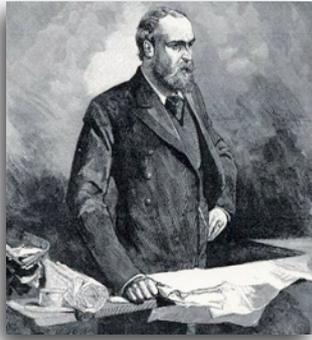
Und damit ist das Prinzip Zeitung praktisch tot. Weil sie materieller Natur ist.

Auch wenn immer noch davon geredet (fast müsste man sagen: gefaselt) wird, guter Journalismus böte mehr Gehalt, mehr Zusammenhänge, mehr Meinung, mehr Übersicht. Das ist unbestritten so. **Aber warum muss das gedruckt werden, warum?** Es reicht, so etwas per Internet zu veröffentlichen. **Wer will, KANN es sich doch ausdrucken, dem steht doch gar nichts im Wege.** Aber erst drucken, damit es ein anderer ungelesen fortwirft, wer will das ökologisch eigentlich noch verantworten, der klaren Geistes ist?

Und noch einmal, das spricht nicht dagegen, es im Einzel- und Sonderfall, on demand (nach Bedarf), just in time (sofort) zu tun. Aber eben nicht immer und generell. Es ist auch nicht „verboten“, sich morgens die gedruckte Zeitung ins Haus bringen zu lassen – gegen reichlich Geld, denn dieses Papier fehlt irgendwo auf der Welt für irgendwelche anderen Zwecke. Wer will, kann sich diesen Luxus leisten. Die Informationen an sich gibt's zum budgetfreundlichen Preis. Es muss ja nicht umsonst sein. Nur **viel** kosten darf es nicht.



Natürlich glauben Verleger und Journalisten an die eigene Arbeit und verengen damit den Blick bei der Frage, was die Attraktivität einer Zeitung ausmacht, ausschließlich auf die Qualität ihrer Leistungen. Doch weit gefehlt – es ist doch Fakt, dass selbst „Schundblätter“ ihr Publikum finden. Oft sogar ein größeres als die mental-intellektuell anspruchsvollen Blätter.



An der Zeitung war und ist bequem, dass sie entweder ins Haus kommt oder problemlos „im Vorbeigehen“ zu erwerben ist. Exakt diese Funktion erfüllt heute das Internet. Daher wird sich vieles, was bisher gedruckte Zeitung war, in die digitalvernetzte Distribution verlagern.

Die Qualität solcher Angebote aufrecht zu erhalten, wäre eigentlich die typische Aufgabe und Herausforderung für Verleger und Journalisten. Nichts spricht dafür, dass dies kostenlos geschehen muss. Doch bislang haben gerade die großen

Verlage mit diesem Aspekt ihr Waterloo erlebt: sie haben eine historische Chance schlichtweg durchgängig „vergeigt“, vergeben und verpasst. Sie werden deshalb die Looser bleiben.



Mutationen:

Prinzip: Entmaterialisierung

► Zeitung

Funktion: Schnelle, aktuelle Information, Neuigkeiten, „auf dem Laufenden bleiben“, kategorisiertes Lokal- oder Weltgeschehen; Vermischung mit privaten und geschäftlichen Anzeigen/Werbung; „populistisch“

digitale Version: Meta-Suche, Chats, Foren

► Zeitschrift

Funktion: thematisch eher eng definierte/abgegrenzte periodische unterhaltende oder sachlich-fachliche Darstellungen; „special interest“

digitale Version: Portal, Netzwerk, Blogs, Foren

► Werbedrucksache

Funktion: Werblich-kommerzielle Darstellung/Präsentation einer Ware oder Dienstleistung; Informationen über sachliche Fakten

digitale Version: Homepage individueller Ausprägung, ccMarketing, Mobile-Kommunikation; PDFs und ggf. andere/neue bildschirmfähige Datenformate für gestaltete Seiten

► künstlerische/kulturelle Literatur

Funktion: künstlerische Phantasiewelten, vom Normalen/Alltäglichen fortführend; Visionen, Ideelles, „Schönes“

digitale Version: bis heute kaum Lösungen mit Akzeptanz vorhanden

Gedrucktes: wird sich für dieses Genre am längsten erhalten

► Nachschlagewerke, Wissens-Literatur

Funktion: Informationen/Sachliches für das Lernen und Erfassen von Fakten, Zusammenhängen, polyfunktionaler Grafik (Text, Bild, Tabelle, Zeichnung usw.) nach eigenem Denk-Tempo (!!! extrem wichtig !!!)

digitale Version: Datenbanken, digitalisierte Ex-Bibliotheken, vieles in wieder-druckbarem Datenformat (Bilddatei, PDF usw.); alles in Kombination mit Suchmaschinen-Funktionen (unterschiedlichster Art)

- Fernsehen bleibt TV, wie wir es kennen (inklusive der natürlichen und logischen, aber auch zuweilen sprunghaft-spontanen Neu- und Weiterentwicklung von „Formaten“, Sendungs-Typologien/-Formen); lediglich die klassische Distributionsform „on air“ (engl. broadcasting) wird um die Übertragungswege Internet und Mobiltelefonie-Funk ergänzt (übertragungsfreundlich komprimierte Datenformate). Das gleiche gilt für Audio/Radio.

Der Mensch ändert sich nicht, aber er passt sich an

Effekt: *ich-jetzt-hier-alles-einfach-billig*

Übersetzte man den Begriff „geistige Beute am Stück“ bislang mit **gedruckter** Literatur, Büchern, Zeitschriften, Zeitung, aber auch Werbe-, Organisations- und Funktions-Drucksachen geschäftlicher oder privater Natur, so ist es schon längst zur Gewohnheit geworden, sich an der **Medien-Effizienz** zu orientieren.

Botschafer

Zeitungen wurden beliebt, weil sie Informationen relativ schnell verfügbar mach(t)en.

- ▶ Das Internet setzt(e) sich so rasant schnell durch, weil es Informationen noch schneller verfügbar macht: „Zeitungs-Feeling“ im Digitalzeitalter.

Filter

Zeitungen boten aus der großen Welt eine Auswahl, konzentrierten sich auf das Wichtig(st)e. Diese Sicht der Dinge wird dem Leser „aufgenötigt“.

- ▶ Abermals: das Internet mit seiner Funktionsvielfalt an Foren, Portalen, Suchmaschinen, Benachrichtigungen trifft eine von jedem User zu jedem Zeitpunkt selbst gewählte (Vor-) Auswahl. Da User für viele Themen und Sachgebiete eine große Auswahl an Suchmaschine, Foren, Portalen usw. haben, wird eine Freiheit geboten, die die Titelvielfalt an Tageszeitungen sehr weit übertrifft.

Seriösität, Journalismus

Zeitungen bearbeiten Nachrichten professionell und individuell.

- ▶ Das trifft immer weniger zu. Die meisten Meldungen oder Bilder (außer im lokalen Bereich) stammen von Agenturen, sind also sowie „Einheitsbrei“ in der Zeitungslandschaft. Das Internet mit seinen vielen Blogs, Foren, Portalen bietet eine viel größere Informationsvielfalt und durch immer intensiver werdende gegenseitige „Warnungen“ der User (Kommentare, Beurteilungen, Bewertungen usw.) wird der Inhalt des Internets summarisch immer „wahrer“ – und das auch noch sehr kontrollier- und nachvollziehbar. Es gibt inzwischen Millionen durchaus professionell gemachter Blogs (sprich „gute“ Inhalte).

Die zentralen Tugenden der Zeitung sind also auch in/auf anderen Medien/Distributionskanälen zu erfüllen. Freilich müssen sich Verlage und Leser/Nutzer dabei umgewöhnen. Doch wir alles, „das Volks“, haben doch nun zur Genüge bewiesen, wie abgrundtief prinzipiell wir uns in vielen, sehr vielen Bereichen des Lebens an Neues, anderes, sogar echt Revolutionäres gewöhnen können und wollen. Zwar bleibt die Tageszeitung eine emotionale Bastion – aber auch nur aus Gewohnheit! Man kann sich auch an andere „treue Freunde“ im Lebensalltag gewöhnen. Selbst ehemalige überzeugte Briefschreiber haben vielleicht seit Jahren nicht mehr den Füllfederhalter benutzt – Email, Anruf, SMS genügen ihrem Kommunikationsbedürfnis nicht nur, sondern bieten völlig neue Möglichkeiten. **Warum also sperren wir uns gegen den Gedanken, die Tageszeitung von Morgen wäre grundsätzlich anderer Struktur und Natur? Eben nicht mehr „am Stück“, sondern die zu jeder Sekunde abrufbare und dann punktaktuelle Bestandsaufnahme einer selbstbestimmten Auswahl der schieren Daten- und Informations-Unendlichkeit ???**

- ▶ **So, wie wir schon längst agieren, wenn wir Suchmaschinen benutzen. Demzufolge: Suchmaschinen sind die Nachfolger gedruckter Zeitungen.**

DIE KRISE DER GEDRUCKTEN ZEITUNG IST SUBSTANZIELL.

VERLEGER HABEN DESHALB
NOCH KEINE SCHLÜSSIGE ANTWORT
AUF DIE HERAUSFORDERUNG
UND VORTEILE DES INTERNETS GEFUNDEN,
WEIL ES KLUGE ARGUMENTE PRO PRINT
VERMUTLICH GAR NICHT (MEHR) GIBT.

**ES KANN WOHL KEINE LÖSUNG SEIN,
AM ENDE NUR EIN MEDIUM FÜR
INTERNET-ABSTINENZLER ZU SEIN.**

ODER DOCH?

