

Laudatio

Walther Rode-Preis 2013

an die *Dossier*-Redaktion

Der Handlungsrahmen

Österreich ist vielleicht klein, aber fein. Ab einem gewissen Kaliber kennt hier tatsächlich jede jeden. Passiert ein Malheur, kann man „*sichs richten*“¹. Eine Hand wäscht oder: „*hält*“² die andere. Nepotismus und Korruption fallen unter Amtsthematik der Kavaliärsdelikte. Konstruktive Kritik hingegen ist ein Tabubruch. Bloß betuernd ist sie möglich, weil nicht ganz so ernst zu nehmen: „*Nix für ungut*“, reicht dann als ritualisierte Floskel der Beschwichtigung aus.

Kaum eine Wendung ist idiomatischer, ist Ausdruck der Gesinnung in Wiener Kreisen. Konkurrenz macht ihr höchstens: „*Geh, samma per Du*“³, und schon hat man sie beinand': die Freunderlwirtschaft. Sie hebt die Gewaltenteilung aus. (Chronisten dieser Praxis sind die Vorjahrespreisträgerinnen Ulla Kramar-Schmid und Michael Nikbakhsh für *profil*.) Und selbst im normativen Niemandsland zwischen Medien und Politik gibt die Verhaberung gern den Ton an.⁴

Kritik ist sonst noch möglich als Diffamierungsreflex zwischen den verschiedenfarbig codierten Fronten. Die Berechenbarkeit des Gegenübers schuf einerseits den Proporz und macht ihn andererseits – auch unter den stellvertretenden Medien⁵ – zu einer Farce. Die, die dazwischen als „unbeschriebenes Blatt“ stehen, sind suspekt, weil unberechenbar. Dennoch lässt man sie leben, einer sich über ihre Absurdität belustigenden Gnade halber. Oder weil doch eine Macht im Hintergrund vermutet wird, die man nicht zu beleidigen wagt.

Dossier (frz.) ist ein ganzes „Aktenbündel“ solch unbeschriebener Blätter. Sicherheitshalber wird das Projekt auf Hofnarrenstatus gestuft: Eine „*Kindergartenarbeit*“⁶ nennt *Heute*-Herausgeberin Eva Dichand *Dossiers* erste Veröffentlichung 2012. Wir verleihen *Dossier* auch dafür den Walther Rode-Preis 2013. Denn ironisch beschrieb sich der Namensgeber des Preises 1928 selbst, dass „*er [Walther Rode] ja glaubt, daß er mit allen Menschen böse sein muß, wenn er ein echter Walther Rode sein will*“⁷. Gut so, *Dossier* kann uns ruhig böse sein. Denn so wie wir unsere, kann auch *Dossier* seine Arbeit mit Argumenten untermauern. Doch wehe

¹ Karl Kraus, 1986 [1926]: *Die letzten Tage der Menschheit. Tragödie in fünf Akten mit Vorspiel und Epilog*. Suhrkamp, Frankfurt/Main, 70.

² Florian Klenk, 2006, <http://www.florianklenk.com/2006/06/15/eine-handhält-die-andere/>. Zugegriffen 9. August 2013.

³ So werden in Österreich auch Dissertationen betitelt: Staudacher, Anita, 1997: *Geh, samma per Du! Die Symbiose zwischen Journalist und Politiker in Österreich*. Gesamtdarstellung eines komplexen Beziehungsgeflechtes. Dissertation, Universität Wien.

⁴ 73 Prozent der Politikjournalistinnen stimmen voll bzw. eher zu, dass die Verhaberung zwischen Journalisten und Politikerinnen in Österreich ein Problem ist. Kaltenbrunner, Andy / Karmasin, Matthias / Kraus, Daniela (Hrsg.), 2010: *Der Journalisten-Report III*. Politikjournalismus in Österreich. Facultas, Wien, 12.

⁵ Vgl. *Die 4 da*, „Der vierte Mann“, ausgestrahlt am 8.3.2007 (Donnerstag Nacht, ORF1), siehe z.B. <http://www.youtube.com/watch?v=75SQHlcMB1Q>. Zugegriffen: 12. August 2013.

⁶ Interview in *trend*, 28.10.2012, <http://www.format.at/articles/1243/581/345041/eva-dichand-ich>. Zugegriffen: 12. August 2013.

⁷ Noll, Alfred J. (Hrsg.), 2011: *Walther Rode. Wien und die Republik und andere aufmerksame Beobachtungen*. Band XIV der Bibliothek der Erinnerung. Czernin Verlag, Wien, 203.

der, die in Österreich kritisiert, und ihre Kritik auch noch belegt! Das tat *Dossier* etwa in Bezug auf die Verstrickungen zwischen der Stadt Wien und der Gratistageszeitung *Heute*, und stieß entlang der beschriebenen Achsen „Verhaberung“ und „Berechenbarkeit“ Politik wie Medien vor den Kopf: Wer sind die, was wollen die, wo kommen die her? *Dossier* steht nicht nur abseits der Fellners und Dichands, sondern: jenseits. Diese Jugend lebt ihren Politikverdross. Sie lebt ihn konstruktiv aus.

Das interdisziplinäre, journalismusaffine Team im Alter zwischen 25 und 35 Jahren findet sich 2012 zusammen, um sich zu beschweren: als investigative Recherche-Plattform, etwa in Sachen Inseratenaffäre und Transparenzgesetz. Besonderer Wert wird auf eine Darstellung der Daten gelegt, die die Recherche für Außenstehende nachvollziehbar macht. Als Online-Initiative, die auf eine Art und Weise unabhängig ist, wie es sich die *Kronen-Zeitung* gar nicht vorstellen kann. Wie fest- und eingefahren die Abläufe auch anderer etablierter österreichischer Medien sind, hat das *Dossier*-Team bei seinen „Praktikumsrundfahrten“⁸ erlebt: In der Regel steht eine „PK“⁹ im Terminkalender und tags darauf ein Artikel im Blatt; Investigatives und Eigeninitiative sind die Ausnahme. Das ist österreichischer Mainstream-Journalismus.

„In Wien kann man als junger Journalist recht schnell die Lust verlieren“, sagt ein Redaktionsmitglied¹⁰. In dem Sinn hat *Dossier* seine Macher befreit: Recherche passiert dort, wo sie dem Erachten der Redaktion nach „notwendig“ ist; Ergebnisse werden erst nach intensiver Prüfung veröffentlicht; der Publikationsrhythmus ist daher unregelmäßig und verlangsamt. Die Datenaufbereitung entspricht (noch) nicht höchsten Qualitätsansprüchen, doch werden Ansätze dafür genauso auf die Probe gestellt wie vermeintlich bewährte Strukturen der Organisation, Narration und Finanzierung – und bei Bedarf wieder verworfen. Das Imperfekte der Umsetzung ist dabei Ausdruck der besonderen Qualität, die mit diesem Preis ausgezeichnet wird: der Mut zum Wurf, wenn nur der richtige Impetus dahinter steht.

Dieser Impetus zeichnet sich für uns durch vier wissenschaftlich argumentierbare Kriterien aus: Transparenz, Innovation, Kooperation und die Ermächtigung der Userinnen zum Aufbegehren gegen die Obrigkeit. *Dossiers* technisch-innovatives Aufwiegeln deckt sich mit seinem Anspruch, Journalismus als ein alternatives Informationsfreiheitsgesetz für alle zu verstehen, Missstände und Korruption aufzudecken, um andere zu ertüchtigen auch dagegen aufzutreten,¹¹ ganz im Sinne von Lord Northcliffe: „*News is something someone somewhere doesn't want printed. Everything else is advertising.*“¹² Demnächst will *Dossier* die *crowd knowledge* seiner User anzapfen und damit den Schritt vom Einbahn- zum diskursiven Journalismus setzen.

⁸ Zarinfard, Gespräch am 12.7.2013.

⁹ Im Journalistenjargon kurz für „Pressekonferenz“.

¹⁰ Eckelsberger, Gespräch am 12.7.2013.

¹¹ Vgl. Gespräch mit *Dossier*, 12.7.2013.

¹² <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism/introduction/>.
Zugegriffen: 13. August 2013.

Auch heuer wird der Walther Rode-Preis nicht in erster Linie für das bereits Geleistete vergeben: *Dossiers* Impetus soll unterstützt werden, denn er verspricht Wichtiges und Aufrichtiges für das Schaffen einer würdigeren Öffentlichkeit in Österreich. *Dossier* existiert derzeit dank privater Spenden (seit kurzem werden diese ab einer Höhe von 100 Euro offengelegt), Stipendien und Kooperationen mit anderen Medien, um die eigene Reichweite zu steigern, aber ohne Einnahmen aus Inseraten. Die Konturierung seiner Arbeit als Ware am Markt passiert aus Notwehr. Gerne würde *Dossier* nach dem Vorbild der US-Plattform *Pro Publica* agieren¹³: denn Information soll Gemeingut sein.

Kriterien: Datentransparenz

Transparenz ist die neue Objektivität.¹⁴ Journalist und Blogger David Weinberger läutete 2009 unter diesem Titel den Paradigmenwandel von Journalismus im Internet ein. Die Idee der Wiedergabe einer Wahrheit, der über den Dingen stehenden Beobachterin, Berufsethos vieler Journalistengenerationen, wird in der vielstimmigen Netzwelt unglaublich. Zu offensichtlich ist der Einfluss des Standpunkts auf die Perspektive.

Die Forderung nach Transparenz trifft nicht allein – und nicht zuerst – den Journalismus. *Open* geht zum Beispiel auch mit *source, science, government. Open Government Data* etwa wird in Österreich – vor allem in Wien und Linz, die als Vorzeigekommunen gelten – stärker von der Verwaltung betrieben als vom Journalismus getrieben: Ausgewählte öffentliche Daten werden dabei der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

Welche Rolle bleibt da dem Journalismus? Erstens, zu beurteilen, welche Daten warum nicht publiziert werden, diese anzufordern oder selbst zu recherchieren. Gerade in einem Land, das keinen *Freedom of Information Act* hat, einem Land, in dem Auskünfte mit Hinweis auf das „Amtsgeheimnis“ verweigert werden,¹⁵ ist dies weiterhin eine Aufgabe, die eine Profession zu beschäftigen vermag. Zweitens, die Daten für die durchschnittliche Rezipientin genießbar zu machen. Journalisten müssen sich durch Zahlenberge fressen, sie sortieren, strukturieren und die Ergebnisse in Text und Visualisierung darzustellen vermögen. Beides versucht *Dossier* systematisch.

Aber hat das Journalismus nicht immer getan? Was ist das Neue an dem in Österreich noch kaum verstandenen und von *Dossier* sich auf die Fahnen gehefteten Datenjournalismus (*data driven journalism, DDJ*)?¹⁶ Wir leben in einer digitalen Welt, in der fast alles mit Daten beschrieben werden kann. Das traditionelle „G’spür für die

¹³ Vgl. Gespräch mit *Dossier*, 12.7.2013.

¹⁴ Weinberger, David, 2009: *Transparency is the new objectivity*. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-newobjectivity>. Zugegriffen: 24. Juli 2013.

¹⁵ Eine Initiative gegen das Amtsgeheimnis, hauptsächlich von Journalisten getragen, ist www.transparenzgesetz.at. Zugegriffen: 12. August 2013.

¹⁶ Siehe dazu, zur detaillierteren Beschreibung der hier angeführten sowie vieler weiterer Beispiele sowie für einen praxisorientierten Überblick zum Thema: Gray, Jonathan / Bounegru, Liliana / Chambers, Lucy (eds.), 2012: *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*. O'Reilly, Beijing et al.

G'schicht“ muss jetzt auch für die Suche im Datenmeer von Nullen und Einsern sensibilisiert werden. Welche Stories da gehoben werden können, zeigte DDJ-Pionier Adrian Holovaty schon 2005 anhand der geschickten Kombination von Datensätzen zur Kriminalität in Chicago vor.¹⁷ Die Darstellung kann sonst unsichtbare Muster sichtbar machen – spektakulär sind die Visualisierungen des Mediziners Hans Roslings über die Verteilung von Armut¹⁸ oder jene des Teams von *Information is Beautiful*¹⁹. Etablierte Medienmarken ließen sich infizieren: *Zeit Online* verschränkte politisches Hintergrundwissen mit Recherchehindernissen, bereitete die Auswertung der auf Vorrat gespeicherten Mobilfunk-Daten des Politikers Malte Spitz grafisch auf und bewies damit, dass Daten die Quelle einer Geschichte sein können und gleichzeitig das Instrument ihrer Darstellung.²⁰

Es müssen nicht immer die Geschichten aus den Schlagzeilen sein. *Big data* ist überall. „*When information was scarce, most of our efforts were devoted to hunting and gathering. Now that information is abundant, processing is more important*“, bringt Philip Meyer, Pionier des *precision journalism*, in dessen Tradition *data driven journalism* steht, die Weiterentwicklung auf den Punkt. Verarbeitung passiere erstens durch Analyse, um den niemals endenden Datenstrom zu strukturieren, und zweitens mittels einer Darstellung, die dem Rezipienten entgegenkommt. „*Like science, data journalism discloses its methods and presents its findings in a way that can be verified by replication.*“²¹

Dossier versucht auch dies: In der Tradition großer, wenngleich relativ junger Vorbilder wie des *Guardian Datablog*²² werden nicht nur Ergebnisse, sondern auch Rohmaterialien veröffentlicht. Es mag der journalistischen Tradition widersprechen, dass Journalistinnen offenlegen, was sie nicht wissen; dass sie nicht nur beantwortete, sondern auch unbeantwortete Fragen beschreiben; dass Prozesse redaktioneller Themengewichtung begründet, Mechanismen redaktioneller Entscheidungsprozesse erklärt und Errata hervorgehoben werden.²³ Dass die Publikation Ausgangspunkt einer oder vieler Geschichten ist, nicht deren Endpunkt.

Transparenz wird damit zum Qualitätskriterium der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit²⁴. „*What we used to believe because we thought the author was objective we now believe because we can see through the author's writings to the sources and values that brought her to that position*“, schrieb Weinberger 2009²⁵.

¹⁷ Ursprünglich auf www.chicagocrime.org publiziert.

¹⁸ Vgl. www.gapminder.org. Zugegriffen: 12. August 2013.

¹⁹ Vgl. www.informationisbeautiful.net. Zugegriffen: 12. August 2013.

²⁰ Vgl. www.zeit.de/datenschutz/malte-spitz-vorratsdaten. Zugegriffen: 12. August 2013.

²¹ Gray, Jonathan / Bounegru, Liliana / Chambers, Lucy (eds.), 2012: *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*. O'Reilly, Beijing et al., 6.

²² www.guardian.co.uk/datablog. Zugegriffen: 12. August 2013.

²³ Siehe dazu im Detail Meier, Klaus / Reimer, Julius, 2011: „Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotenziale, Wirkung“, in: *Publizistik* 56, 133–155.

²⁴ Ebenda, 138.

²⁵ Weinberger, David, 2009: *Transparency is the new objectivity*.

Bisher, so zeigen Versuche im kommunikationswissenschaftlichen Experiment, erhöht solche Transparenz die Glaubwürdigkeit nur punktuell.²⁶ Auch das Publikum muss den Umgang damit erst lernen. Aber Transparenz ist nicht nur instrumenteller Wert, sondern normatives Ziel in einer Ethik des digitalen Journalismus.²⁷ *Dossier* hat das erkannt.

Innovation

Von den frühen 2000er Jahren weg bis ins Heute steckt die Medienbranche weltweit doppelt in der Bredouille: Die akute Weltwirtschaftskrise drang 2008 auch in den Winkel, in den sich traditionelle Verlagshäuser zunehmend getrieben sahen, aufgescheucht von den nach und nach aufpoppenden Möglichkeiten, die Digitalisierung und (mobiles) Internet plötzlich eröffneten. Seitdem hat sich die Theorie der *disruptive innovation* von Clayton M. Christensen als bedeutsam erwiesen: *The Innovator's DNA* aus 2011²⁸ macht basierend auf empirischer Sozialforschung²⁹ fünf essenzielle *skills* aus, die *disruptive innovators* charakterisieren: 1. Assoziieren und Kombinieren, 2. In-Frage-Stellen etablierter Strukturen, 3. Beobachten, 4. interdisziplinärer Ideenaustausch, 5. Experimentieren.³⁰ All diese Fertigkeiten bringt *Dossier* mit und in seine Arbeit ein.

Medieninnovation wird in Österreich sonst sehr eng gedacht: Soll man den vierspaltigen auf einen fünfspaltigen Seitenumbruch umstellen, soll ein Online- neben einem Printredakteur sitzen? In US-Amerika werden seit Jahren ganzheitliche Konzepte umge- und neu entworfen. Dass diese Kultur mit Veränderung deutlich lockerer umgeht als die stark traditionalistisch und kollektivistisch geprägte europäische, ist keine Überraschung: *Trial and error* hat sich dort etabliert, basierend auf dem Individualismus, dass jede einzelne sich hocharbeiten kann – auch wenn sie zwischendurch vielleicht zurück an den Start muss.

Dossier setzt hier für Österreich neue Maßstäbe: Es eröffnet eine Herangehensweise an Journalismus, entgegen jener vieler heimischer Zeitungsvertreter, die „dem Internet“ an sich und den ebendort frequentierten Medienkanälen prinzipiell feindlich begegnen³¹ – auch ein Diffamierungsreflex. *Dossier* setzt auf *digital only*. Abseits bestehender Institutionen und Unternehmen hat es sich seine Strukturen selbst geschaffen. *Dossier* bezeichnet sich als *work in progress*, als „journalistisches Labor –

<http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity>. Zugegriffen: 24. Juli 2013.

²⁶ Meier, Klaus /Reimer, Julius, 2011: „Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotenziale, Wirkung“, in: *Publizistik* 56, 142 ff.

²⁷ Allen, David S., 2008: „The Trouble with Transparency. The challenge of doing journalism ethics in a surveillance society“, in: *Journalism Studies* 9: 3, 323 – 340.

²⁸ Dyer, Jeff /Gregersen, Hal /Christensen, Clayton M., 2011: *The Innovator's DNA. Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*. Harvard Business Review Press, Boston.

²⁹ Ebenda, 2: Für das Buch wurde im Rahmen einer achtjährigen kollaborativen Studie knapp einhundert „inventors of revolutionary products or services“ interviewt. „Our goal was (...) to dig into the thinking of the innovators themselves.“

³⁰ vgl. ebenda, 17 ff.

³¹ Beispielhaft siehe dazu die Twitter-Debatte um die Kampagne des österreichischen Verlegerverbandes VÖZ: <https://twitter.com/search?q=%23voez>. Zugegriffen: 13. August 2013.

und als *Finanzierungsexperiment*³², gespeist auch aus innovativen Ideen zur Querfinanzierung (z. B. Software-Entwicklung). *Dossier* geht weg vom gedruckten Wort, weg vom Artikel in traditioneller Form, hin zum non-linearen *storytelling*³³, zum *crowd sourcing*.

Doch: Was ist daran innovativ? Sind solche Praktiken nicht schon bekannt?

Die Kunst ist dabei nicht, die mannigfaltigen technologischen Neuheiten in der Möglichkeitsform anzudenken, sondern sie in eine soziale Praxis umzusetzen.³⁴ Liest man bei Marshall McLuhan nach, 1964, als von einem Internet noch lange keine Rede war, hat man den Eindruck, der nun neue Kontext entspricht dem ursprünglichen Verständnis des Nachrichtengeschäfts viel besser als die Papierform: „(...) *The newspaper, from its beginning, has tended, not to the book form, but to the mosaic or participational form (...); for the mosaic form means, not a detached ‚point of view‘, but participation in process. For that reason, the press is inseparable from the democratic process (...).*“³⁵

McLuhan weiter: „*The first American newspaper (...), 1690, announced that it was to be ‚furnished once a month (or if any Glut of Occurrences happen, oftener)‘. (...) Fairly soon the press began to sense that news was not only to be reported but also gathered, and, indeed, to be made.*“³⁶ *Dossier* tritt in diesem Sinne, uneitel und progressiv, einen Schritt zurück von der Selbstbestimmung, die ohnehin nur eine vermeintliche ist. Denn die *agenda setting*-Funktion haben heute vielfach Marketingverantwortliche und Spin-Doktorinnen übernommen. *Dossier* holt sie sich zurück. ¶

6

Kooperation: Die Kultur des Tauschens und Teilens

„Die Gesellschaften haben in dem Maße Fortschritte gemacht, wie sie selbst, ihre Untergruppen und schließlich ihre Individuen fähig wurden, ihre Beziehungen zu festigen, zu geben, zu nehmen und zu erwidern“, bilanziert Marcel Mauss vor fast 100 Jahren in seinem Standardwerk *Die Gabe*, einem interkulturellen Vergleich so genannter „archaischer“ Tauschsysteme. „Zuerst mussten die Menschen es fertigbringen, die Speere niederzulegen“, erst dann konnten sie mit Gütern und Personen handeln, zu Weisheit und Reichtum gelangen – durch Solidarität, so Mauss.³⁷

Der Journalismus ist gerade erst in dieses Stadium der konstruktiven Friedfertigkeit eingetreten.

³² Skrabal, Gespräch am 12.7.2013.

³³ Vgl. Gespräch mit *Dossier*, 12.7.2013.

³⁴ Vgl. Appadurai, Arjun (ed.), 2011 [1986]: *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press, Cambridge et al., 142.

³⁵ McLuhan, Marshall, 2009 [1964]: *Understanding Media*. Routledge, London/New York, 228.

³⁶ Ebenda, 229 f.

³⁷ Mauss, Marcel, 2009 [1923/24]: *Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften*. Suhrkamp, Frankfurt/Main, 181.

Austausch schafft immer Gegenseitigkeit. Und gegenseitige Abhängigkeit. Teilen ist ein Gleichmachen: Derjenige, der hat, gibt – nicht nur Materielles, sondern auch Respekt. Im Fall von *Dossier*: der Rezipientin bzw. der am journalistischen Prozess Partizipierenden genauso wie den kooperierenden Partnern. Der Unterschied zwischen Verhaberung und Kooperation ist die Redlichkeit – eine in diesem Fall entscheidende Differenz, da Politik wie Journalismus normativ darauf fußt. Eine Transparenz der Interaktion kommt solchem Missbrauch zuvor.

Kollaboration im Journalismus

So wie Journalismus in den letzten Jahrzehnten betrieben wurde, beruht er auf einer Kultur der Exklusivität. Der *scoop* wird von der einsamen Reporterin in abenteuerlicher Recherche gelandet – Hollywood überzeichnete dies.³⁸ Die Helden des modernen digitalen Journalismus sehen anders aus: Sie kooperieren. Im Alleingang lässt sich selbst bei hyperlokalen Themen in einer global vernetzten Welt wenig ausrichten.

Datenjournalist Paul Radu³⁹ etwa rät: Denke über Grenzen hinweg, bediene dich internationaler Netzwerke und arbeite mit Hackerinnen zusammen.⁴⁰ Die *Offshore Leaks*⁴¹, an deren Recherche 86 Journalisten in 46 Ländern zwischen Paraguay und Aserbaidschan arbeiteten, können als Beispiel gelten; die Struktur dafür hat das 1996 gegründete *International Consortium of Investigative Journalists* geschaffen. International gibt es in 47 Staaten über 100 *non-profit*-Netzwerke für globalen Investigativjournalismus⁴², keines davon in Österreich.

Die Zusammenarbeit von Medienorganisationen innerhalb eines Sprachraums ist nicht weniger wichtig: Im *non-profit*-Bereich zeigt das *ProPublica* vor. Die Initiative arbeitet eng mit Kolleginnen anderer US-Medien zusammen – die Geschichten, zwei davon mit Pulitzerpreisen ausgezeichnet, erscheinen dann nicht nur auf der eigenen Website, sondern auch in den Partnermedien wie der *New York Times*. *ProPublica* gilt auch unseren Preisträgern als Vorbild; *Dossier* schlägt sich als Start-up wacker in einem kleinen, kompetitiven Markt.

Eine dritte Ebene ist die Kooperation mit dem Publikum, oder mit „*The People Formerly Known as the Audience*“.⁴³

Creative Commons

³⁸ Beispielhaft in *All the President's Men* (1976) zur Watergate-Affäre mit Dustin Hoffman und Robert Redford als Investigativjournalisten Woodward und Bernstein.

³⁹ Rumänischer Daten- und Investigativjournalist mit internationalem »Renommee«.

⁴⁰ Radu, Paul: „Following the Money: Data Journalism and Cross-Border Collaboration“, in: Gray, Jonathan/ Bounegru, Liliana /Chambers, Lucy (eds.) 2012: *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*. O'Reilly, Beijing et al., 48 – 51.

⁴¹ <http://www.icij.org/offshore>. Zugegriffen: 13. August 2013.

⁴² <http://www.icij.org/blog/2013/01/why-investigative-reporting-life-support>. Zugegriffen: 13. August 2013.

⁴³ Jay Rosen, 2006: archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html. Zugegriffen: 13. August 2013.

Dossier fordert von seinen Userinnen: „*Steal our Stories & Data*“!⁴⁴ Eine erhabene Erwartung, denn bei der großen Mehrheit des Publikums erscheinen die Ansprüche an die Medien in einer Weise, die offenkundig durch die Qualität der alltäglichen Arbeits-, Regenerations- und Entscheidungsverhältnisse provoziert wird. Und diese Qualitäten sind in ständigem Wandel begriffen.

Ob und in welchem Ausmaß Nachrichten bzw. Informationen durch das Publikum selbst genutzt werden dürfen und welche Bedeutung der Antwort darauf zukommt, lässt sich nur beantworten, wenn wir etwas Davorliegendes klären: „wie“ Nachrichten genutzt werden können.

Insgesamt bevorzugt das Publikum wohl ein Angebot, das eine Entlastung von den Defiziten, Zwängen und Versagungen verspricht, die der Alltag in Familie, Beruf und Politik mit sich bringt. Größtenteils wird nach kurzfristig nutzbaren und vereinfachenden Orientierungsdaten gesucht, die die eigenen alltäglichen Lebensumstände überschaubar machen; und es werden solche Angebote bevorzugt, aus denen problemfreie Lebensdeutungen ablesbar sind, Deutungen, die die eigene Situation in einen versteh- und begreifbaren, nicht angezweiferten, sondern autoritativ begründeten Zusammenhang stellen.

Aufgrund der politisch-ökonomischen Verfasstheit unserer Medien, müssen sie die Gebrauchswertansprüche des Publikums zu erfüllen trachten. Mit der an dieser Stelle zulässigen Vereinfachung lässt sich sagen, dass sich die vormals rein passive Rolle des Publikums in den vergangenen zwanzig Jahren gewandelt hat: Immer öfter und mit immer weiter reichenden Konsequenzen scheint sich die Mediennutzung für einen Teil des Publikums nunmehr als Voraussetzung für eigene mediale Aktivitäten darzustellen.

8

Die Rezeption von Medienbotschaften gibt heute nicht nur Impulse und Vorstellungen über soziales Handeln anderer, sie wird nicht mehr nur zur Reflexion des eigenen Handelns herangezogen und dazu genutzt, sich in sozialen und politischen Kontexten zu verorten oder sich von ihnen zu distanzieren. Nein, diese Medienbotschaften werden vielmehr immer öfter dazu genutzt, selbst (medial vermittelt) zu handeln und eigenständige politische und soziale Kontexte zu schaffen. Das Prinzip von *Creative Commons*, dem entsprechend *Dossier* jedem User-Nutzungsrecht seiner Inhalte einräumt, ist eine schlüssige, wenngleich aufgrund ihrer Egalität noch ungewohnte Antwort auf den skizzierten Wandel.

Ermächtigung der User zum Aufbegehren gegen die Obrigkeit

Wenn dieser groben Einschätzung Berechtigung zukommt, dann ist es ein Gebot jeglichen verantwortungsvollen Journalismus, die vermittelten Inhalte nicht nur allgemein zugänglich zu machen, sondern diese Inhalte auch nachvollziehbar, überprüf- und nutzbar zu präsentieren. Die Frage ist nun, in welchem Horizont gesellschaftlicher Verhältnisse Journalistinnen sich bewegen und in welcher Perspektive sie ihr (medial vermitteltes) politisches Handeln interpretieren.

⁴⁴ <http://www.dossier.at/inserate/>. Zugegriffen: 13. August 2013.

Presse, Rundfunk und Fernsehen sind durch ihre Bindung an das auf Werbung angewiesene Kapital und durch Verflechtung mit den politischen Machtgruppen hart in das bestehende Gesellschaftssystem eingepasst. Die Massenmedien müssen deshalb Informations- und Unterhaltungstechniken anwenden, die das Denken und Handeln der Bevölkerung so regulieren, dass es den profit- und wahlstimmenorientierten Interessen der Herrschenden entspricht. Soziale und politische Reformen können realistischerweise erst dann eintreten, wenn das Publikum sich instand gesetzt sieht, über seine alltägliche Arbeits- und Lebenspraxis mitentscheiden und daher auf Verführungs- und Verschleierungsmanöver der Massenmedien verzichten zu können.

Daraus ergibt sich für „kritische“ Journalistinnen als wichtigste Konsequenz die Notwendigkeit, dass journalistisches Handeln derart angelegt sein muss, dass es prinzipiell gegenüber der jederzeitigen Einflussnahme der Leser auf den ihnen offerierten Informations- und Unterhaltungsstoff offen ist. Erst vor dem gesellschaftlichen Horizont einer das Medium und das Publikum integrierenden Praxis, erst in der gemeinsamen Aktion von Medienarbeitern und Betroffenen erweist es sich, ob ein journalistisches Thema sowohl inhaltlich als auch durch den besonderen (oft anlassbezogenen) Modus seiner Vermittlung dazu führt, ein Beitrag zu erhöhter Entscheidungsmöglichkeit in Kultur, Ökonomie und Politik zu sein. Anders gesagt: Es lassen sich absehbar keine Themen und Problemstellungen benennen, denen per se eine ausgezeichnete gesellschaftliche Bedeutung in kritischer Absicht zukommt. Es kommt eben darauf an.

9

Eine Konsequenz aus dieser Überlegung ist es, das Publikum nicht als amorphe Masse wahrzunehmen, sondern als themenbezogen immer erst genau auszumachenden konkreten Teil der Bevölkerung. Zwar gilt seit jeher: *Media audiences are not ‚masses‘ – anonymous and passive aggregates of people without identity. Nor are they merely ‚markets‘ – the target group of the media industries. Media audiences are active in the ways in which they use, interpret, and take pleasure in media products.*⁴⁵

Aber noch entscheidender ist die Einsicht, dass nicht alle Nachrichten für alle Teile der Bevölkerung von gleicher Bedeutung sind. Das allenthalben bemühte Wir-Gerede und die damit implizierte Bezugnahme auf die „Allgemeinheit“ sind die Todfeinde jedes kritischen Journalismus. Vielmehr wäre der Einsicht zu folgen: *„Whenever one hears declarations of unity, one knows that the situation must be dire indeed, rather as whenever one hears appeals for harmony one knows that someone’s interests are under threat.”*⁴⁶

Wer Journalismus in kritischer, emanzipativer Absicht betreiben will, muss im Hinblick auf alle Themenstellungen über die unterschiedlichen Gebrauchswertansprüche innerhalb des Publikums Rechenschaft ablegen. Nur wenn das gelingt, ist auch die

⁴⁵ Ian Ang: „The Nature of the Audience“, in: Downing, J. / Mohammadi, A. / Sreberny-Mohammadi, A. (eds.), 1990: *Questioning the Media. A Critical Introduction*. Sage Publications, London, 155 ff.: 165.

⁴⁶ Eagleton, Terry, 2013: *Across the Pond. An Englishman’s View of America*, Norton, New York / London, 177.

Zuversichtberechtigt, dass Mediennutzung dazu führt, sich gegenüber den Defiziten, Zwängen und Versagungen des Alltags handlungsfähig zu halten; nur dann besteht die Hoffnung, dass Mediennutzung in der Suche nach langfristig nutzbarer und den komplexen Lebenssachverhalten adäquater Orientierung besteht und dass aus der Medienrezeption Deutungen resultieren, die die eigene Situation in einen versteh- und begreifbaren, vor allem aber auch änderbaren Zusammenhang stellen.

Es sind nicht die Nachrichten und das dahinterstehende journalistische Bemühen, das konstitutiv ist für die Einstellungen, Erwartungen und Ambitionen des jeweiligen Rezipientinnenkreises; es ist vielmehr die gesamte soziale Praxis der jeweils Betroffenen, die den Hintergrund ausmacht, vor dem einzelnen Nachrichten situative Bedeutung zugewiesen wird. Wenn man dies ernst nimmt, dann dürfte es die vorrangige Aufgabe einer verantwortungsvollen Journalistik sein, Differenzierungsvermögen beim Publikum zu schaffen und gleichzeitig die Zuversicht zu stärken, dass es trotz der unendlichen Mannigfaltigkeit der nachrichtenwerten Informationen möglich ist, Zusammenhänge auszuweisen und zum sozialen und politischen Handeln zu befähigen.

Wir haben den Eindruck, dass *Dossier* dies gelingt und verleihen ihm deshalb den Walther Rode-Preis 2013.