

NEW MEDIA JOURNALISM

Neue Anforderungen an Medienberufe

Die digitale Entwicklung fordert von Journalistinnen und Journalisten Zusatzfertigkeiten fern der althergebrachten Kernkompetenzen. Statt mit papierlastiger Einwegkommunikation treten sie vermehrt auf Web-Plattformen in Dialog, Interaktion oder gar Kooperation mit der Nutzerschaft. Ein Lehrgang kann dabei helfen. **Von Frank Hänecke**

Neue Publikationswege, neue Märkte – aber auch wegbrechende Werbeeinnahmen und Konkurrenz durch neue Kommunikationstechnologien, Apps und Mobile-Trend: Medien haben sich grossen Umwälzungen anzupassen, Redaktionen müssen sich umstellen, die Anforderungen der Medienbranche und der Kommunikationsberufe verändern sich laufend. Denn mit Web-Medien, Multimedia, «Social Media», «Big Data» oder durch Nutzer eingebrachte Inhalte («User-generated Content») sind neue Formen und Quellen der journalistischen

Arbeit aufgekommen, die auch in der Welt der Organisationskommunikation ihre Auswirkungen zeigen. Das grosse Publikum erwartet andere Inhalte und neue Aufmachungen, mehr Tempo und schnelle Beteiligungsformen. Nicht nur die vielfältigen Formate und Kanäle und neue Methoden – etwa bei der Recherche – verlangen von Macher/-innen darum ein hybrides Wissen und «Konvergenz-Kompetenz». Die Qualifikationen, die von Berufseinsteigern erwartet werden, sind ebenfalls gestiegen. An der Schweizer Journalistenschule MAZ

wird nebst dem klassischen Handwerk viel Wert auf die Bereitschaft gelegt, sich mit Neuen Medien und Multimedia auseinanderzusetzen.

Geschichten aus dem Netz aufbereiten

Auch das Rollenbild der Journalistinnen und die Ausrichtungen der Redaktionen sind im Wandel: Der klassische Informationsjob wird ergänzt durch dialoggetragene Kommunikation, Interaktion, ja gar Kooperation («Open Journalism»). Moderne Netz-Journalisten sind

häufig eher «kuratierend» tätig. Sie suchen und finden die besten Geschichten im Web und den sozialen Medien und bereiten sie für ihr Publikum auf. Schnelle Web-Medien setzen auf «Boulevard»-Kicks mit möglichst viel Inhalt zum Weiterempfehlen, aufs «Social Sharing» à la «Buzzfeed»: hier eine Liste der «zehn fettesten Geschichten», da ein unterhaltsames Video, dazwischen Top-News mit plakativen Schlagzeilen. Die Schere zum Qualitätsjournalismus alter Schule öffnet sich immer weiter.

Doch auch weniger spektakuläre Redaktionsarbeit stellt heute viele neue Anforderungen, während gleichzeitig Basiskompetenzen nicht vernachlässigt werden sollten, also professionelles journalistisches Handwerk, profundes Ressortwissen, Berufsethik und die Fähigkeit, den Output themen-, zielgruppen- und kanalgerecht zu vermitteln. Neu werden Einsteiger und Fortbildungswillige mit Zusatzfertigkeiten konfrontiert, die teils anspruchsvoll sind und Flexibilität verlangen. Denn alles ist im Fluss. Und man kommt nicht weit ohne Grundwissen zu Web-technik und «Materialkunde» der verschiedenen Digitalformate, ohne Know-how der Darstellungsformen in der Onlinewelt, namentlich zu «Multimedia-Storytelling», zu datenbasiertem «Story-Finding», interaktiven Visualisierungen und Mitmach-Aktivitäten – alles auch mittels Apps für Tablets und Smartphones, die mehr und mehr das Papier ersetzen. Wer hier am Puls ist, also die digitale Entwicklung mitverfolgt, Spass an neuen Umsetzungen findet, und wer dies durch Einblicke in neue publizistische Geschäftsmodelle ergänzt, ist zukunftskompatibel – und verbessert seine Berufs- und Karrierechancen garantiert. Innovative Bildungsinstitutionen integrieren die hierfür erforderlichen Qualifika-

tionen. Am sehr praxisorientierten MAZ, der Schweizer Journalistenschule, richtet man die Diplomausbildung zudem darauf aus, dass die Absolventen sich mit individuellen Webauftritten auch als eigene Marke im Markt positionieren können. In der Weiterbildung setzt man auf Zusatzfertigkeiten, die sich im Baukastensystem erwerben lassen – und auf einen «High-End»-Master.

Auf Branchenbedürfnis ausgerichtet

Vier namhafte Institutionen der Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich haben sich vor einigen Jahren zusammengetan, um ein auf die neuen Branchenbedürfnisse ausgerichtetes Hochschulstudium mit viel Praxisarbeit anbieten zu können. Eine ungewöhnliche, einzigartige Konstellation – die aber gut angekommen ist: Bereits studierende Teilnehmer des fünften Jahrgangs im berufs begleitenden Masterstudiengang «New Media Journalism» (NMJ), wo kleine Teams von Studierenden aus den drei Ländern sich zu Unterrichtssessions in Hamburg, Salzburg, Leipzig oder Luzern treffen (siehe Kasten). In neun Modulen befassen sich die Studierenden mit crossmedialer Produktion, Medienethik, Redaktionsmanagement, Change-Prozessen, den Mediensystemen oder Multime-

dia-Recht; und sie besuchen dabei zahlreiche innovative Medienhäuser. Die länderübergreifende Zusammenarbeit ist Konzept: internationale Inhalte, Netzwerke als Arbeitsumfeld, Qualitätsmedien und Top-Referenten aus allen drei Ländern.

Länderübergreifende Märkte kennenlernen

Inzwischen ist der dritte Jahrgang mit Abschlussarbeiten beschäftigt. Etwa zur Frage, wie Medienhäuser und Redaktionen mit Twitter und Facebook umgehen. Autor Adrian Jäggi (Redaktor bei 20 Minuten) zum Studium: «Mir hat es was gebracht, jeweils drei Tage in ein Thema abzutauchen, die eigene Arbeit und Rolle im Berufsalltag zu hinterfragen und neue Erkenntnisse und Zugänge zu gewinnen. Auch die internationale Vernetzung, der Austausch mit Journalisten aus anderen Ländern, war für mich sehr bereichernd.» Christian Degen, der noch während des Studiums die Chefredaktion der Coop-Zeitung übernehmen konnte, hat «Qualitätssicherung in konvergenten Redaktionen» zum Thema gewählt. Er meint: «Das Studium schafft mit einem guten Mix aus Theorie und Praxis eine Grundlage, um die aktuellen Entwicklungen in der Medienwelt zu verstehen und sich aktiv daran zu beteiligen.» Markus Eschenauer (33), Redakteur der

innovativen Rhein-Zeitung, befasst sich mit «Social Media im Journalismus: wenn Berufliches und Privates verschwimmen». Er findet zum Studium: «In einer Welt, in der das Internet alle Bereiche des Zusammenlebens durchdringt, ist es absolut notwendig, die Rolle des Journalismus zu reflektieren und neu zu denken. Das NMJ-Studium bietet ideale Voraussetzung dazu.»

«Für mich war ausschlaggebend, mit Dozenten und Mitstudierenden aus verschiedenen Ländern zu arbeiten und die Märkte und Entwicklungen auch über Landesgrenzen hinweg kennenzulernen», sagt NMJ-Absolventin Bettina Ramseier, inzwischen Reporterin/Videojournalistin bei 10vor10 (SRF). Und Alexandra Stark, die im ersten Stu-

diengang teilnahm und sich mittlerweile als freischaffende Fachfrau und Referentin für Neue Medien quasi eine eigene Marke erarbeitet hat (sie ist unter anderem fürs MAZ tätig), findet: «Ich habe den Studiengang absolviert, weil ich mich mit den Entwicklungen, die meinen Beruf grundlegend verändern, auseinandersetzen wollte. Die Ausbildung gab mir das Rüstzeug, um bei der Diskussion um die Zukunft des Journalismus mitreden zu können.» In ihrer vielbeachteten Masterarbeit zu «Journalism Reloaded» untersuchte sie, was die Veränderungen in der Medienbranche für die Medienberufe bedeutet.

Frank Hänecke ist Studienleiter am MAZ – der Schweizer Journalistenschule. (www.maz.ch)



Foto: Dieter Seeger

Nathaly Tschanz (36): Aus der Schulstube in die virtuelle Welt

Nathaly Tschanz hat an der Pädagogischen Hochschule St. Gallen mit Bachelor abgeschlossen; sie war dann als Sekundarlehrerin phil. I an der Schweizer Schule in Rom und in Rapperswil-Jona tätig und als Redakteurin bei den Südschweizer Medien. Heute arbeitet sie als Content Manager bei Scout24 Schweiz in Flamatt bei Bern, wo sie für den gesamten Ratgeber-Teil von ImmoScout24 verantwortlich ist. Vor Kurzem hat sie den New Media Journalism-Studiengang 2011 – 2013 abgeschlossen. In ihrer Masterarbeit beschäftigte sie sich mit «Augmented Reality» – einer Technologie, mit welcher reale Umgebungen auf Mobilgeräten mit virtuellen Elementen ergänzt werden können. Ihr nächstes Ziel: «Ich möchte meine Masterarbeit publizieren und die völlig neuen Möglichkeiten dieser Technologie aufzeigen.»

INTERNATIONALER STUDIENGANG NEW MEDIA JOURNALISM (NMJ)

Der Masterlehrgang NMJ wird getragen von der Schweizer Journalistenschule MAZ (Luzern), der Akademie für Publizistik (Hamburg), dem Kuratorium für Journalismus-Ausbildung (Salzburg) sowie der Leipzig School of Media und der dortigen Universität, die den akademischen Rahmen und den Abschluss nach Bologna-System gewährleistet. Das Programm verbindet journalistische und medientechnische Kompetenzen mit professionellem Redaktionsmanagement. Explizit wird damit auf Qualifikationen zukünftiger Entscheidungsträger gesetzt. Abschluss: Master of Arts (international anerkannt, berechtigt zur Promotion).

Das Studium dauert zwei Jahre mit Präsenzunterricht in Luzern, Leipzig, Hamburg und Salzburg sowie Redaktionspraktika. Im vierten Semester wird die Masterarbeit mit Praxisbezug geschrieben. Der Studiengang startet jährlich im Oktober, Anmeldefrist bis August.

Weitere Informationen: www.newmediajournalism.net