

Online never sleeps

Journalismus 2.0 – zwischen »Senfstau« und »Trendsettern«.
Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der online-Kommunikation.

Jede Sekunde entsteht angeblich weltweit ein neues virtuelles Tagebuch. Das kalifornische Unternehmen Technorati erwartet sogar, dass sich die interaktiven elektronischen Journale (Weblogs) alle fünfzehn Monate verdoppeln.

Weltweit sollen es mehr als 50 Millionen sein; in Deutschland wird die Zahl der Blogs zwischen 400 000 und 500 000 geschätzt. (dpa 29.8.06) Auch wenn nur eine verschwindend geringe Zahl dieses elektronischen Kollektivs ihre Texte nach journalistischen Kriterien bearbeitet, wächst der »bunte, chaotische Mitmach-Marktplatz« (Spiegel) stetig. Doch die »Klowände des Internets« im »Ozean der Banalitäten« (SZ) werden zunehmend auch von der PR-Industrie genutzt und von etablierten Verlagen als publizistischer und ökonomischer Faktor wahrgenommen. Parallel zu dieser Entwicklung rüsten fast alle großen Verlage und Sender ihre online-Angebote auf. Selbst renommierte Journalisten und Reporter wechseln in online-Redaktionen, die bis vor kurzem noch am Ende der publizistischen Wertschöpfungskette angesiedelt waren.

Zudem wird immer häufiger ein sogenannter »Bürgerjournalismus« postuliert, der die Grenzen zwischen Produzenten und Konsumenten aufheben soll. Leser-Reporter, Readers-Edition, abgefragte Meinungen: die alten Rollenmuster im öffentlichen Meinungsmarkt werden aufgehoben.

Im Rahmen des MedienDisputs in Berlin wollen wir Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der online-Kommunikation ausloten.

Uns interessiert:

- › Wie wird sich die Blogosphäre publizistisch entwickeln?
- › Welche »Nutzerprofile« gibt es, wie ändert sich das Nutzerverhalten und Kommunikationsverhalten in und mit dem Medium Internet?
- › Wie wird sich der klassische Journalismus unter dem Druck vermehrter, qualitativ hochwertiger online-Angebote entwickeln?
- › Welche Konkurrenz-Raster, bestimmen künftig den publizistischen Markt?
- › Bietet der sogenannte »Bürgerjournalismus« Chancen für eine Vitalisierung der Öffentlichkeit?

*Die Studie »Web 2.0 – Begriffsdefinitionen und eine Analyse der Auswirkungen auf das allgemeine Mediennutzungsverhalten« des Markt- und Medienforschungsinstituts Result und der Medienforschung des SWR können sie unter www.result.de als pdf. runterladen. Informationen zu den von netzwerk recherche herausgegebenen Studien von Julia Bönisch (zu Spiegel online) und Matthias Armbrorst (zu journalistisch geprägten weblogs) finden sie unter www.netzwerkrecherche.de.

Der Bevollmächtigte
des Landes Rheinland-Pfalz
Staatssekretär
Dr. Karl-Heinz Klär
Netzwerk Recherche
MainzerMedienDisput

laden Sie ein

am Montag,
5. März 2007
um 19 Uhr

in die Landesvertretung Rheinland Pfalz
In den Ministergärten 6,
10117 Berlin
zum

MedienDisput »Online never sleeps.«

mit

› **Dr. Thomas Leif**

*Chefreporter Fernsehen SWR Mainz, Vorsitzender
von Netzwerk recherche (nr) » Moderation*

› **Katharina Borchert**

Chefredakteurin WAZ-online · www.lyssas-lounge.de

› **Wolfgang Büchner**

Stv. Chefredakteur Spiegel online · www.spiegel.de

› **Hans-Jürgen Jakobs**

Chefredakteur Süddeutsche Zeitung online · www.sueddeutsche.de

› **Sascha Lobo**

Zentrale Intelligenz Agentur · www.riesenmaschine.de

› **Peter Schink**

Die Welt online · www.welt.de

› **Thilo Trump***

web 2.0 Forscher, Result GmbH · www.result.de



MainzerMedienDisput

Bitte beachten Sie die Hinweise auf der Rückseite.

Montag, 5. März 2007