

Internationale Zeitschrift
für Journalismus

message

14,00 € – www.message-online.com

Leseprobe aus 3-2010

»Das fliegt uns sofort um die Ohren«

In jeder Ausgabe bietet Message über zwanzig Beiträge zu aktuellen Fragen des deutschen und internationalen Journalismus. Immer sind einige dabei, die – durchaus gewollt – für Aufregung in den Redaktionen sorgen.

Um Ihnen einen kleinen Einblick in das Angebot der aktuellen Ausgabe zu geben, stellen wir immer einige Texte im Originallayout als PDF zum Herunterladen bereit. Dazu gehört der von Ihnen gewählte Beitrag.

Message erscheint vier Mal im Jahr. Zu jeder Message gehört immer auch das Message-Podium.

Sie können Message abonnieren: Im Internet unter der Adresse www.message-online.com oder oder direkt per E-Mail unter message@evangemeindeblatt.de.

Der Jahresbezugspreis beträgt 48,00 Euro (D / A / CH frei Haus, übriges Ausland plus Porto). Studenten / Volontäre und Mitglieder des »Netzwerk Recherche« zahlen nur 33,60 Euro (Nachweis erforderlich).

- Message beleuchtet die aktuellen Trends im Journalismus.
- Message bietet fundierte Analysen der deutschen und internationalen Medienwirklichkeit.
- Message ist praxisorientiert. Und selbstkritisch.

»Das fliegt uns sofort

Viel Stoff, kaum Kontrolle: Auf Internetseiten lassen sich Plagiate nicht verhindern. Allerdings führt die Transparenz der Online-Welt dazu, dass Journalisten zu ihren Verstößen stehen müssen.

VON RAFAEL BARTH

Am 13. November 2008 berichtete *Spiegel Online* über ein Kuriosum in den USA. Besorgte Kunden hätten sich gemeldet, weil ihre Kinder an den Griffen der Einkaufswagen lutschten. Nun habe der »Supermarkt-Gigant« Chevy Chase reagiert und Waschanlagen in zwanzig Filialen installiert, schrieb das Nachrichtenportal.

Das Problem an der Geschichte: Chevy Chase hat keine Filialen, es ist nicht einmal ein Supermarkt – sondern ein Ort im US-Bundesstaat Maryland. Auf *medienrauschen.de* spöttelte man über die mangelnden Übersetzungskünste des Autors: Der hatte die Geschichte nämlich von *ABC News* übernommen. Immerhin

Auf medienrauschen.de spöttelte man über die Übersetzungskünste des Autors, der die Geschichte von ABC News übernommen hatte.

hatte er die Quelle genannt. Anders war das am 24. Februar 2005, als *Spiegel Online* über den Völkermord in Ruanda berichtete: Große Teile des Textes waren Wort für Wort von Wikipedia abgeschrieben, und zwar ohne den Urheber zu nennen.

Schuld ist der Praktikant

Die Liste der Beispiele für Copy & Paste im Online-Journalismus ließe sich fortsetzen. Allein: Viele Redakteure wehren sich gegen die Vermutung, die neuen Medien seien besonders anfällig für Abschreiberei. »Plagiate sind kein Phänomen des Online-Journalismus«, sagt Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur von *sueddeutsche.de*. Zeitungsschreiber seien auch ständig im Web unterwegs. Und außerdem: Abgeschrieben wurde schon immer

Dabei gelten Plagiate auch in den Newsrooms der Netzmedien als Tabu. Wer diese für zulässig halte, sei kein Journalist, sagt Holger Dambeck, Wissenschaftsredakteur bei *Spiegel Online*. So wird die Unsitte Copy & Paste gern denen angelastet, die noch am Anfang ihres Berufslebens stehen, im Zweifelsfall Praktikanten. Dambeck: »Bei Leuten, die neu im Geschäft sind, ist das Bewusstsein dafür vielleicht nicht so groß.«

Fragmente von der Konkurrenz

Andererseits bewegen sich Journalisten auch im Internet in einer Grauzone: Was heißt »abgeschrieben«? Was gehört zum Allgemeinwissen, was sind einfach Fakten? Und diesen einen Absatz da: Hat man den nicht schon mal so oder ganz ähnlich irgendwo gelesen? Im Wettlauf um die schnelle Nachricht, im Bestreben danach, der Konkurrenz keinen großen Vorsprung zu lassen, kommt es vor, dass Ideen oder Fragmente von Kollegen auf der eigenen Webseite ein zweites Mal auftauchen. »Das passiert uns gelegentlich auch«, gesteht Rüdiger Ditz, Chefredakteur von *Spiegel Online*.

Außerdem sei die Frage nach recycelten Versatzstücken nur eine von vielen, ergänzt sein Kollege Dambeck. Wenn er Texte redigiert, achtet er auf Belege, die Argumentation, den Stil – das Abschreiben hingegen sei bei Autoren, die man schon länger kenne, »kaum ein Problem«. Verhindern lässt es sich ohnehin nicht. Eine systematische Überprüfung findet gar nicht erst statt. »Dazu veröffentlichen wir viel zu viel«, sagt Ditz.

Stattdessen verpflichten er und andere Online-Chefs die Mitarbeiter auf jene Regeln, die für alle Journalisten gelten: Belege, nie nur eine Agentur, mindestens zwei Quellen, Vier-Augen-Prinzip. Und

um die Ohren«

auf Fragen wie: Was weiß man schon zu dem Thema, was ist neu an der Geschichte? »Recherche schadet ja nie, auch nicht beim Redigieren«, sagt Ditz. Außerdem sollte man die Menschen kennen, die für einen arbeiten. Hans-Jürgen Jakobs von *sueddeutsche.de*: »Letztlich ist es auch Vertrauenssache.«

Für überraschende Ereignisse: Wikipedia

Mancher Redaktionsleiter sah das Vertrauen schon missbraucht, etwa wenn herauskam, dass ein Artikel größtenteils von Wikipedia abgeschrieben wurde. Das Mitmach-Lexikon wird gern von Journalisten durchforstet – vor allem, »wenn irgendetwas nicht Planbares passiert und man ganz schnell Text braucht«, sagt Mathias Schindler, Projektmanager bei Wikimedia Deutschland e.V.: zum Beispiel wenn überraschend ein Politiker zurücktritt oder bei Amokläufen (siehe Beitrag auf Seite 30).

Ob Journalisten mittlerweile häufiger abschreiben als früher oder nicht, kann Schindler nicht beurteilen. Er vermutet, dass die ganz dreisten Fälle nicht mehr so oft vorkommen. In der Vergangenheit sei er in Redaktionen oft auf taube Ohren gestoßen, wenn er geklaute Textstellen monierte: Diebstähle wurden bagatellisiert oder geleugnet.

Am Pranger der Netzgemeinde

Das sei heute kaum noch glaubhaft möglich: Die Netzgemeinde prangert solche Verstöße öffentlich an – ein peinliches Erlebnis für jede Redaktion. Die Patzer etablierter Medien werden von Seiten wie *bilblog.de* oder *blogbar.de* ausgegraben und können durch Links und Twitter-Nachrichten sekundenschnell verbreitet werden.

Kein Online-Journalist kann sich nunmehr damit begnügen, die Seiten einfach per Copy & Paste vollzustopfen – man könnte ihn überführen. Die beste Formulierung nützt nichts, wenn sie geklaut ist – das könnte ja auffliegen. So erlebt das Urheberrecht ein Comeback gerade im Internet, das doch gern als rechtsfreier Raum bezeichnet wird. »Die Blogs haben das Thema nach vorne getragen«, sagt der frühere *Handelsblatt*-Reporter Thomas Knüwer, der den Blog *Indiskretion Ehrensache* betreibt.

Laut Knüwer haben Journalisten an Medienkompetenz gewonnen. Sie könnten nicht mehr so tun, als hätten sie »aus Versehen« geklaut, so wie noch vor einigen Jahren. Stattdessen verwiesen sie auf Quellen und verlinkten zu ihnen, wenn auch »immer noch viel, viel zu selten«, sagt Knüwer.

Der Druck von außen hat somit die Berufsethik gestärkt

und das Problembewusstsein bei Redakteuren erhöht. Plagiate gelten als Gefahr für das Image. »Wir können uns das nicht erlauben«, sagt *Spiegel Online*-Chef Rüdiger Ditz, »das fliegt uns sofort um die Ohren.« Deshalb bekäme ein überführter Abschreiber »richtig Ärger«. In seiner Redaktion dürften sich Journalisten nur einmal solch einen Verstoß wie das Ruanda-Plagiat leisten.

Das Internet vergisst nichts

Wenn ein Text als Plagiat entlarvt wird, nützt es nichts, die Sache vertuschen zu wollen – so, wie es im Januar *mz-web.de*, der Online-Auftritt der *Mitteldeutschen Zeitung* aus Halle, tat. Ein Journalist hatte bei *beliebte-vornamen.de* für seinen Text über »Marie«, »Sophie«, »Elias« und »Leon« abgeschrieben. Später nahm die Redaktion den Beitrag von der Seite, doch sowohl der Urheber als auch *indiskretionehrensache.de* berichten darüber – bis heute.

Statt durch kommentarloses Löschen ist Schadensbegrenzung besser durch Offenheit zu erreichen. Bei *Spiegel Online* erscheint nun anstelle des von Wikipedia abgekupferten Textes über den Völkermord in Ruanda eine Entschuldigung für diesen »bedauerlichen Fehler«, bei dem es sich »selbstverständlich (...) um einen klaren Verstoß gegen die redaktionellen Richtlinien« handele. Die Chefredaktion bedauere diesen Vorgang und »entschuldigt sich ausdrücklich bei den Machern und Autoren von Wikipedia für die fehlende Zitation«.

Wenn ein Text als Plagiat entlarvt wird, nützt es nichts, die Sache vertuschen zu wollen: Blogs erinnern weiterhin an den Verstoß.

Rafael Barth ist Mitglied der Message-Redaktion.