

Im Netz liegt

Irrtümer über die Internetrecherche werden nicht dadurch ausgeräumt, dass man sie von Podien herab und in medienwissenschaftlichen Studien verbreitet. Ein Aufklärungsversuch.

VON MARCUS LINDEMANN

Es bleibt ein Dämon, das böse Internet. Ein Universalfeind, auf den schlechte wie fehlende Recherche geschoben und dem falsche Tatsachen und hohe Selbstreferentialität unterstellt werden: Seit Google werde weniger und schlechter recherchiert denn je, die »Googleisierung« der Recherche habe eine Spezies von (jungen) Kollegen hervorgebracht, deren Recherchen bei Google anfangen und endeten – die aber das eigentliche Handwerk nicht beherrschten.

So weit, so falsch. Das Gegenteil ist der Fall: Dank des Internets kann schneller und mehr recherchiert werden denn je.

Dank des Internets lassen sich Falschangaben ebenso wie Fehlleistungen der Kollegen unglaublich schnell entlarven.

Mit Google gibt es wenigstens einen Mindeststandard der Recherche. Und: Wer will, kann Falsch-

angaben ebenso wie Fehlleistungen der Kollegen dank des Internets unglaublich schnell entlarven (Wegner 2005).

Mindeststandards durch Google

Nicht anders ist es zu erklären, dass die bekannte Falschmeldung über die Folterforderung eines angeblichen »Bundes deutscher Juristen« (www.bunddeutscherjuristen.org) es zwar in *Spiegel Online* sowie (nach Angaben des »BDJ«) als Nachricht von ntv und WDR schaffte, kaum aber in die gedruckte Presse des folgenden Tages. Mit einer WHOIS-Suche konnte man herausfinden, dass die Seite erst kurz vor der Veröffentlichung angemeldet worden war. Durch einfaches Googeln des BDJ war es möglich, auf die Hinweise zur Fehlmeldung etwa bei *Spiegel Online*

zu stoßen. Das wäre an einem Feiertag sonst so lange nicht passiert, bis eine Agentur eine Korrektur gemeldet hätte. Abgesehen davon konnte man die Existenz des BDJ leicht in Frage stellen – es gab nämlich im Netz keine älteren Erwähnungen dieses vermeintlichen Vereins.

Empirische Belege dafür, dass wegen des Internets weniger recherchiert würde, gibt es nicht – auch wenn immer wieder so getan wird. Diejenigen, die Online-Recherche der Offline-Recherche für generell unterlegen erachten, zeigen entweder eine undifferenzierte Betrachtung der Online-Welt oder sogar eine Unkenntnis und Missachtung journalistischer Grundsätze. Hier einige ihrer Thesen und Argumente: (vgl. Leif 2008; Machill 2005; Machill et al. 2008):

■ **Die Glaubwürdigkeit von Onlinequellen ist schwer ermittelbar, und sie sind generell eher unglauwürdig. Offlinequellen sind daher Onlinequellen überlegen.**

Es ist technisch möglich, Internetseiten zu manipulieren – oft gelingt das derart, dass Nutzer fremden Menschen ihr Geld anvertrauen (Phishing und andere Formen des Internetbetrugs). Für den journalistischen Alltag spielen solche Manipulationen keine Rolle. Es gibt kaum Beispiele dafür; offenbar fehlt es meist an einem wie auch immer gearteten Interesse, jemandem mit großem Aufwand falsche Informationen unterzujubeln. Darüber hinaus sollten uns das Zwei-Quellen-Prinzip und unsere eigene Sorgfalt vor großen Schnitzern bewahren.

PR und Manipulation: On- wie offline

Das Misstrauen gegenüber Online-Quellen speist sich aber vor allem daraus, dass online gerne alles in einen

die Wahrheit

Topf geworfen wird. Dabei wird gerne vergessen, welcher Vielzahl ganz unterschiedlich zu bewertender Offline-Quellen Journalisten vertrauen. Einziger Unterschied: Während wir offline vieles intuitiv, aus Erfahrungswissen gespeist, richtig machen, fehlt uns online hierfür der Sinn.

Differenzierung tut not. Es gibt keinen Grund, einem Dokument aus der Online-Datenbank des Bundestages oder von der Website einer Kommune per se zu misstrauen. Zumal für diese privilegierten Quellen zur Erfüllung unserer Sorgfaltspflicht keine weitere Quelle mehr nötig ist.

Wer online zwischen amtlichen Seiten, journalistischen Produkten, PR, privaten Homepages und Foren mit anonymen Nutzern unterscheidet, wird mehr als nur ein Gefühl dafür entwickeln, wie er mit welchen Quellen umgehen möchte. Offline ist dies übrigens keinen Deut einfacher: Wer ist gefeit vor PR, Manipulation, Spin-Doktoren und Gerüchten? Nur, wer Quellen differenziert betrachtet.

Informantenkontakt zur Not nur online

Es hat keinen Sinn, auf die Informationen eines Online-Informanten nur deshalb zu verzichten, weil dieser sich nicht offline treffen will. Journalistisch entscheidend ist die Frage, ob man für die Behauptungen der Quelle Belege findet. Das Misstrauen gegenüber einem Online-Informanten lässt sich auch nicht durch Offline-Kaffeetrinken beseitigen. Mehr als ein subjektiver Eindruck kommt dabei nicht heraus. Nichts gegen Gespür und Erfahrung, methodisch bringt es nichts – Kaffeetrinken macht Informanten noch nicht zitierfähig und hebt auch deren Anonymität nicht auf.

■ **Wikipedia lässt sich nicht überprüfen, und Fehler könnten unbemerkt übernommen werden, bevor sie korrigiert werden.**

Die ungeprüfte Übernahme von Informationen ist eine journalistische Todsünde, aber das galt auch schon vor der Erfindung des Computers. Wer von einer Online-Quelle einfach abschreibt, der druckt auch, was ihm jemand im Hinterzimmer flüstert oder was die PR-Agentur aufs Fax gelegt hat.

Und wer stattdessen auf das schwört, was Schwarz auf Weiß hinter ihm im Redaktionsregal steht, hat auch ein Problem: Standardwerke wie der Brockhaus, der Munzinger oder sogar Fachlexika sind der Wikipedia nicht selten unterlegen – aktueller sind sie nie.

Die Wikipedia hat aber zwei weitere Vorteile: Die Verlinkung von Stichwörtern erleichtert die Arbeit online und die Benennung der Quellen macht eine Vielzahl von Inhalten schnell überprüfbar. Gute (Primär-)Quellen sind für Wikipedia-Nutzer oft nur noch einen Klick entfernt.

Zur Überprüfung vieler Fakten wird dies im Alltag schon vollkommen ausreichen: Gibt es keine zweite

(unabhängige) Quelle, so kann man auf eine treffende, relevante Quelle verweisen – auch das gilt und galt

offline als Tugend. Die Wikipedia selbst als Quelle zu benennen, würde die Oberflächlichkeit der eigenen Recherche entlarven. Es wäre aber immer noch besser und ehrlicher, als keine Quelle zu benennen und das Abgeschriebene als vermeintliche Fakten zu verkaufen.

Wikipedia statt Wörterbücher

Wer die Wikipedia an den Anfang seiner Recherche stellt, wird dort meist eine Fülle guter, weil sehr spezifischer Suchbegriffe finden. Bei Recherchen in fremden Sprachen führt an diesem Schritt fast kein Weg vorbei; anders als im Wörterbuch findet man unter den möglichen Übersetzungen eines Suchbegriffs den zutreffenden.

■ **Dass jeder frei publizieren kann, ist ein Fluch für den Journalismus.**

Auf dieses Argument muss man sich erst einmal einlassen: Journalisten kritisieren, dass Nicht-Journalisten Informationen und Meinungen verbreiten, ohne sich dabei an journalistischen Regeln zu

Offline Kaffeetrinken macht Informanten noch lange nicht zitierfähig, und es hebt auch deren Anonymität nicht auf.

orientieren. Mit Verlaub: Wie kämen Menschen dazu, sich bei der Verbreitung von Informationen, sagen wir am Stammtisch oder bei einem Hochschulvortrag, an diese Regeln zu halten? Abgesehen davon, dass journalistische Regeln einen Großteil der relevanten juristischen Regeln für das Verbreiten von Informationen und Meinungen reflektieren, gibt es dafür keinen Grund.

Blogger verbreiten Informationen schneller und früher, als viele traditionelle Medien sie haben. Einen Tag nachdem *Handelsblatt*-Blogger Thomas Knüwer in seinem Blog schon über das »Google news archive« berichtete, wurde den Zuschauern des ZDF-*Morgenmagazins* noch der Google-Browser »Chrome« als Googles jüngster Streich präsentiert.

Diese Geschwindigkeit macht Journalisten Angst. Zumal die Informationen in Blogs binnen Minuten von Suchmaschinen gefunden werden und somit als publiziert gelten können. Zum Vergleich: Vor Jahren noch hat es Wochen oder gar Monate gedauert, bis Informationen auf kleinen, etwa privaten Homepages gefunden wurden. Dieser Wandel macht Blogs so interessant – daher ist es eine Verniedlichung, sie als »Online-Tagebücher« abzutun.

Fachleute und Insider im Netz

Für die Übernahme von Informationen aus Blogs gilt das Gleiche wie für die Wikipedia: Auch in Blogs stehen Fehler, Lügen, PR und üble Tatsachenverdrehungen – aber war das nicht auch schon immer so, unabhängig vom Medium, egal ob in Keilschrift oder HTML? Und natürlich lässt sich ein Blog als Quelle ebenso überprüfen wie viele andere Quellen.

Der Fluch des freien Publizierens im Netz erschließt sich nicht, der Segen dagegen ist schnell zusammengefasst: Wir Journalisten bekommen Informationen – von Fachleuten, Insidern oder aber auch »nur« meinungsfreudigen, kundigen oder betroffenen Bürgern. Aus dieser Vielfalt Nutzen zu ziehen, ist journalistischer als der Wettstreit zweier Regionalzeitungen, aus demselben Agenturmaterial die bessere Geschichte herauszuredigieren.

■ Es ist besser, mehrere Suchmaschinen zu nutzen als nur eine.

Wer Angst vor Google hat, geht sicherheitshalber danach noch zur Konkurrenz. Das hilft so wenig, wie McDonald's und Burger King nacheinander zu

besuchen: Mit ähnlichen Zutaten wird das gleiche Bedürfnis bedient. Wer so agiert, setzt voraus, dass Suchmaschinen auf unterschiedliche Daten (Indizes) oder Ranking-Algorithmen zurückgreifen. Das ist selten der Fall. Derzeit gibt es lediglich fünf große universelle Suchmaschinen mit eigenem Index: Google, MSN, Yahoo, Seekport, Ask.

Alle anderen greifen auf einen Index der anderen großen Fünf zu. Wer zum Beispiel erst mit Google und dann über AOL sucht, recherchiert im gleichen Index mit der gleichen Methodik, denn AOL kooperiert mit Google.

Beim Ranking sieht es noch langweiliger aus: Alle Suchmaschinen versuchen, eine Reihenfolge zu finden, die den Präferenzen der Suchenden entspricht. Werbung und Manipulationen gilt es auszuschließen, was unterschiedlich gut gelingt. Die Grundzüge dieses Rankings sind im Übrigen nicht »streng geheim«, sondern im Netz publiziert.

Such-Indizes überschneiden sich

Weil sich die Indizes der Suchmaschinen auch noch überschneiden, lohnt sich die Nutzung verschiedener Suchmaschinen erst bei den Recherchen, in denen es darum geht, möglichst umfassend zu suchen. Anders gesagt: Wer »alles« über jemanden sucht, kann auf den hinteren Trefferseiten anderer Suchmaschinen Dokumente finden, die er zuvor nicht gefunden hat.

■ Durch Internetrecherche lässt sich nichts Neues zu Tage fördern, da alles, was im Internet zu finden ist, schon per Definition veröffentlicht ist.

Früher hieß es, es gebe in einer Bibliothek nichts Neues zu entdecken. Dass es anders ist, hat unter anderem Umberto Eco in seiner Dissertation gezeigt, als er eine Fehlübersetzung aufdeckte. Aber nicht alles, was publiziert ist, wurde auch gelesen oder wahrgenommen.

Jeden Tag werden Informationen online gestellt, die Skandale auslösen könnten. Dass sie es nicht tun, liegt daran, dass sie nicht beachtet werden oder dass Zusammenhänge zwischen verschiedenen Dokumenten nicht hergestellt werden. Selbst die simple Idee, auf Seiten des amerikanischen Militärs gezielt nach Dokumenten mit dem Text »not for publication« zu suchen, wurde mit Treffern belohnt, die eine Titelgeschichte hergäben (vgl. van Ess 2005).

Wo ein und dieselbe Information on- und offline vorliegt, ist die Onlineinformation überlegen, mit Ausnahme der Tatsache, dass man keine Dokumente zum Fotografieren oder Abfilmen hat. Im Handelsregister lassen sich beispielsweise online Namen im Volltext suchen – so können erstmals Verbindungen zwischen Firmen und Personen umfassend systematisch erschlossen werden.

■ **Die verzerrte Wirklichkeitsabbildung durch Suchmaschinen ist ein zentrales Problem der journalistischen Onlinerecherche.**

Suchmaschinen bilden nicht die reale Welt ab, sondern eine virtuelle: die des Internets. Aus der Trefferhäufigkeit oder dem Ranking von Suchmaschinen Rückschlüsse auf die reale Welt zu ziehen, ist daher unzulässig. Man kann also aus der Trefferhäufigkeit bei Google kein Ranking der hundert wichtigsten Intellektuellen erstellen – wie die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* es 2002 getan hat.

Ebenso ist ein Experte nicht gleich der anerkannteste, wenn er weit oben in der Trefferliste steht. Aber er ist besser verlinkt, online präsenter, vermutlich jünger und in den vergangenen zehn bis 15 Jahren aktiver gewesen als seine Kollegen, die offline eine bessere Reputation haben.

■ **Google-optimierte Webinhalte legitim**

Suchmaschinen sind sehr gut darin, die Bedeutung von Internetinhalten zu bewerten und zu sortieren. Onlinejournalisten wie Websitemanager optimieren ihre Inhalte in diese Richtung. Das ist zum Großteil legitim und angemessen, denn jedes Medium hat die Präsentation seiner Inhalte stets beeinflusst. Dass Journalisten für das Fernsehen anders texten als für das Radio, die Zeitung oder eine Zeitschrift, heißt schließlich auch nichts anderes, als sich an ein Medium anzupassen – und an die von den jeweils medienspezifischen Eigenheiten bestimmten Aufmerksamkeitsmechanismen der Rezipienten.

■ **Übertragbare Suchstrategien**

Wer sein Handwerkszeug offline beherrscht, hat auch online gute Karten. Wer sich an das Zwei-Quellen-Prinzip hält, Quellen prüft und skeptisch bleibt, hat wenig zu befürchten – journalistisch wie juristisch, offline wie online. Selbst die Suchstrategien lassen sich über-

tragen: Wer zügig in die Tiefe recherchiert und eng bei seiner Ausgangshypothese oder Kernfrage bleibt, ist erfolgreicher, schneller und besser informiert.

Ebenso übertragbar ist, dass Recherche sich lernen lässt. Erfahrene Journalisten, die nicht davor zurückschrecken, das Internet zu nutzen, haben also eine sehr gute Ausgangsposition, um auch im Internetzeitalter zu den

Besten zu gehören. Jüngere Journalisten brauchen sich nicht zu ängstigen, dass sie erst Jahrzehnte lang Kontakte und Erfahrungen sammeln müssen, bevor ihnen ein erster Scoop gelingen kann: Recherche ist Handwerk und als solches lernbar, offline wie online.

■ **Oeckl und Kollegen nicht vergessen**

Die Schwierigkeit ist, beides zu kombinieren, denn die Arbeit am Rechner lässt uns bei der Recherche nur zu leicht das Telefon auf dem Schreibtisch vergessen – vom Oeckl im Regal und den Kollegen im Haus ganz zu schweigen. Es ist gar nicht verwerflich, eine Recherche mit einem Wikipedia-Artikel zum Einlesen zu beginnen und damit zu beenden, dass man noch ein paar Hintergrunddaten online verifiziert – bedenklich wäre, wenn Journalisten zwischen diesen beiden Schritten weder telefonieren noch ihr Büro verlassen: Vieles ist online nicht recherchierbar und eine reine Internetrecherche ist in der Regel nicht der effizienteste Weg, die gesuchten Informationen zu sammeln. ■

Links und Tipps gibt es auf www.recherche-info.de.

Literatur:

- ▶ Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften, 12. Auflage 2007
- ▶ Ess, Henk van; 2005; http://www.zoekzone.com/gjc2005_vaness3.pdf (Stand: 19.09.2008)
- ▶ Leif, Thomas: Interview mit Kristin-Leonie Weiland. <http://www.webwatching.info/> (Stand: 19.09.2008)
- ▶ Machill, Marcel; Beiler, Markus; Zenker, Martin: Journalistische Recherche im Internet. Berlin 2008
- ▶ Machill, Marcel: Pseudojournalismus, Interview in der *Leipziger Volkszeitung*, 22.09.05
- ▶ Wegner, Jochen: Bauer Poppe und die Googleisierung, *epd Medien*, 12. Januar 2005

Wer sich an das Zwei-Quellen-Prinzip hält, Quellen prüft und skeptisch bleibt, hat wenig zu befürchten – offline wie online.

Marcus Lindemann ist geschäftsführender Autor der Fernsehproduktionsfirma autoren(werk) und ist Dozent für Internetrecherche am MML in Leipzig.

