

Usenet: Die „News“ als journalistische Quelle

Zusammenfassung:

Das Usenet („News“) ist ein großer, aber wenig bekannter Teil des Internets. Es besteht aus vielen tausend Diskussionsgruppen zu einer Vielzahl an Themen. Über die passive oder aktive Teilnahme an diesen „Newsgroups“ können sich Journalisten durch gezielte Recherche bei <http://groups.google.com> oder eigene Fragen und Diskussionsbeiträge informieren oder weiterbilden.

Ein wenig bekannter Teil des Internets

Denkt man an journalistische Recherche im Internet,¹ fallen einem zuerst die Suche im World Wide Web mit seinen Millionen verlinkten Homepages und Downloads und Suchmaschinen wie Google oder Alltheweb ein. Das Internet besteht jedoch nicht nur aus Webseiten und E-Mails.² Es gibt noch einen weiteren Kommunikationsdienst, der prinzipiell jedem zugänglich ist, den gleichwohl viele Internetnutzer nicht kennen: Das Usenet; seine Inhalte werden auch „News“ genannt. Wer das Usenet noch nicht kennt, hat sich beim Einrichten eines E-Mailprogramms wie Outlook-Express, Netscape oder Mozilla vielleicht schon gefragt, wofür die Option „News-Account einrichten“ wohl gut sein könnte. Mit dieser Option kann man sein Mailprogramm in einen so genannten „Newsreader“ verwandeln und am Usenet teilnehmen.

Tausend schwarze Bretter

Das Usenet besteht aus thematisch organisierten Diskussionsgruppen. Zu den Diskussionen am elektronischen schwarzen Brett kann jeder seinen Beitrag beisteuern, wenn er das möchte. Diskussionen aus mehreren Beiträgen nennt man Threads. In manchen Diskussionsgruppen werden täglich viele Threads durchgeführt, die ihrerseits aus vielen Beiträgen bestehen; in anderen Gruppen herrscht weniger Betrieb.

Der deutschsprachige Teil des Usenet besteht hauptsächlich in der so genannten de.*-Hierarchie, der die großen thematischen Hierarchien untergeordnet sind.³ Diese Hierarchien sind – immer spezieller werdend – ihrerseits in Unterhierarchien und Untergruppen gegliedert. Dabei ist de.* thematisch vollständig, das heißt, dass für wirklich jedes Thema eine passende Diskussionsgruppe vorhanden ist.

| Hierarchie | Thema | Beispiel-Diskussionsgruppe |
|------------|-------------------------|------------------------------|
| de.comm.* | Kommunikation | de.comm.provider.t-online |
| de.comp.* | Computer | de.comp.os.unix.linux.misc |
| de.etc.* | Sonstiges | de.etc.notfallrettung |
| de.rec.* | Erholung („Recreation“) | de.rec.buecher |
| de.sci.* | Wissenschaft | de.sci.physik |
| de.soc.* | Soziales Leben | de.soc.recht.strassenverkehr |
| de.talk.* | (Small-)Talk | de.talk.liebesakt |

Tabelle: Auswahl prominenter Hierarchien aus der Vielfalt des Usenet

Neben den großen Hierarchien gibt es noch die alternative Hierarchie de.alt.* und spezielle Hierarchien wie schule.* oder hamster.* – sie hier ausführlicher zu behandeln, würde jedoch den Rahmen sprengen.

Mitlesen erwünscht

Wer seinen Newsreader so eingestellt hat, dass er am Usenet teilnehmen kann (Tipps hierzu am Ende dieses Beitrages), kann Fragen stellen oder Antworten geben – entweder mit einem neuen Thread oder im Rahmen einer bestehenden Diskussion. Vorher sollte man allerdings in den Gruppen, für die man sich interessiert, einige Zeit mitlesen. So lernt man die Einstellung der Teilnehmer, die Qualität der Beiträge und die Gepflogenheiten und die Diskussionskultur im Usenet kennen.⁴ Der Nutzer muss – wie im übrigen Internet auch – selbst beurteilen, ob ein Beitrag vertrauenswürdig und fundiert oder fehlerhaft und irreführend ist. In einigen Diskussionsgruppen findet man sehr viele konzentrierte Diskussionen, an denen

„Das Usenet besteht aus thematisch organisierten Diskussionsgruppen. Zu den Diskussionen am elektronischen schwarzen Brett kann jeder seinen Beitrag beisteuern.“

sich ausgewiesene Experten ihres Faches beteiligen (z. B. in de.etc.notfallrettung oder de.etc.bahn.eisenbahntechnik und in vielen anderen). In anderen Diskussionsgruppen ist das Niveau zwar ebenfalls sehr hoch, wird jedoch regelmäßig durch sachfremde Diskussionen gestört,

z. B. in den computertechnischen Gruppen wie de.comp.security.firewall. Beiträge wieder anderer Gruppen sind zwar interessant zu lesen und bieten Einblicke in Bereiche, in denen man sich normalerweise nicht bewegt, bestehen aber zu großen Teilen aus Smalltalk, Scherzbeiträgen oder Streitigkeiten unter den Nutzern (z. B. de.alt.naturheilkunde). Doch

auch nicht mit vollem Ernst geführte Diskussionsgruppen eignen sich zur Recherche und zur Klärung zweifelhafter Sachverhalte. So hat sich die Gruppe de.alt.folklore.urban-legends der Dokumentation und Aufklärung jener modernen Märchen⁵ verschrieben, die immer wieder auch als Meldung in den klassischen Massenmedien auftauchen.

Recherchemöglichkeiten und Verhaltensempfehlungen

Wie recherchiert man nun im Usenet? Man kann schon aus Zeitgründen nicht alle Diskussionsgruppen lesen, in denen möglicherweise für die eigene Arbeit relevante Diskussionen geführt werden. Ein Immobilienjournalist müsste z. B. die Diskussionen in de.sci.architektur, de.markt.wohnen und de.sci.ing.misc (Bauingenieurwesen) verfolgen, ein Medizinjournalist de.sci.medizin.misc, de.etc.notfallrettung und möglicherweise de.alt.naturheilkunde. Zum Glück wird das Usenet jedoch von Google archiviert und kann unter <http://groups.google.com> bequem durchsucht werden. Da Google nahezu auf das gesamte Usenet zugreift, neben der deutschen Hierarchie also auch die internationalen (englischsprachigen) Hierarchien und die Usenet-Gruppen zahlreicher weiterer Sprachen, kann die Zahl der Ergebnisse sehr groß werden. Hier hilft es – ähnlich wie bei der Suche im World Wide Web – speziellere Suchbegriffe zu verwenden oder

„In einigen Diskussionsgruppen finden sich fachlich und thematisch sehr viele konzentrierte Diskussionen, an denen sich ausgewiesene Experten ihres Faches beteiligen.“

die umfangreichen Optionen für die Newsgroup-Suche zu nutzen.

Wird man bei Google nicht fündig, kann man eine eigene Anfrage in eine Newsgroup setzen. Notfalls kann man das auch über Google tun, allerdings wird das von den regelmäßigen Teil-

nehmern vieler Gruppen nicht gern gesehen (wegen der Anonymität des Google-Dienstes). Bevor man im Usenet schreibt, sollte man sich ohnehin mit einigen Regeln des sozialen Umgangs dort vertraut machen, der so genannten Netiquette.⁶ In den meisten Diskussionsgruppen wird erwartet, dass ein neuer Nutzer die Frequently Asked Questions (FAQ) der Gruppe

gelesen hat, bevor er eine Frage womöglich zum tausendsten Mal stellt. In den meisten deutschen Gruppen wird auch Wert darauf gelegt, dass man als Absender von Beiträgen seinen bürgerlichen Namen (kein Pseudonym) angibt und eine existierende (nicht erfundene oder verfälschte) Absender-E-Mail-Adresse verwendet.

Kostenlose Newsserver und Anleitungen

Die News des Usenet werden dezentral auf so genannten Newsservern gespeichert. Einen solchen Server muss man in seinem Newsreader (z. B. Mozilla, Outlook-Express) eintragen, bevor man sich die Diskussionsgruppen anzeigen lassen kann, für die man sich interessiert.

Manche Internetprovider wie t-online oder arcor und viele Universitäten stellen ihren Kunden bzw. Mitgliedern diesen Service ohne weitere Kosten zur Verfügung.

Eine sehr gute Anleitung zum Usenet hat Volker Gringmuth unter <http://einklich.net/usernet/usernet1.htm> veröffentlicht. Auch unter <http://news.individual.de/config.html> sind detaillierte Informationen zur Konfiguration verschiedener Newsreader erhältlich.

Manche Internetprovider wie t-online oder arcor und viele Universitäten stellen ihren Kunden bzw. Mitgliedern diesen Service ohne weitere Kosten zur Verfügung.

„Das Usenet wird von Google archiviert und kann bequem online durchsucht werden.“

Endnoten:

1. Schulz/Leidner (1998).
2. Rössler/Eichhorn (1999).
3. Vgl. auch Döring (2003), S. 65.
4. Vgl. Walstrom (2004).
5. Z. B. „Die Spinne in der Yuccapalme“, vgl. Bredrich (1990).
6. Vgl. <http://www.kirchwitz.de/~amk/dni/netiquette>

Literatur:

- BREDRICH, R. W. (1990): Die Spinne in der Yuccapalme, München.
DÖRING, N. (2003): Sozialpsychologie des Internet, Göttingen u. a.

RÖSSLER, P./EICHORN, W. (1999): WebCanal – ein Instrument zur Beschreibung von Angeboten im World Wide Web, in: B. Batinic/A. Werner/L. Gräf/W. Bandilla (Hrsg.): Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse, Göttingen u. a., S. 163-176.
 SCHULZ, W./LEIDNER, D. (1998): Das Netz als Quelle. Die Nutzung von Internet und Online-Diensten durch Publizistische Medien, in: L. M. Hagen (Hrsg.): Online Medien als Quellen politischer Information. Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten, Opladen/Wiesbaden, S. 169-189.
 WALSTROM, M. K. (2004): „Seeing and Sensing“. Online Interaction: An Interpretive Interactionist Approach to USENET Support Group Research, in: M. D. Johns/S.-L. S. Chen/G. J. Hall (Hrsg.): Online Social Research. Methods, Issues & Ethics, New York u. a., S. 81-97.

Der Autor:
Thomas Roessing, M. A., geb. 1973, studierte von 1994-1998 Publizistik, Politikwissenschaft und Strafrecht in Mainz. Im Anschluss war er Projektmitarbeiter in Mainz und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Mannheim. Seit Januar 2003 ist Thomas Roessing wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik der Universität Mainz. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Methoden und Methodologie, Öffentliche Meinung und Online-Forschung.



Trainingsserie: Besser schreiben – besser beim Leser ankommen

Teil 1: Wissen und Wollen – die Basis für verständliche Texte

Zusammenfassung:

Herumsülzen und im Branchen-Jargon ersaufen. Blabla von sich geben und vernebeln. Denglisch statt Klartext. Das ist der traurige Alltag vieler journalistischer Texte. Immer mehr Journalisten sagen jedoch, sie würden gerne besser schreiben können. Und dafür brauchen sie keinen preußischen Appell zu mehr Disziplin: Verwenden Sie ruhig Füllwörter. Malen Sie mit Adjektiven. Vertrauen Sie auf die Kraft des Passivs. Überschreiten Sie die gängigen Regeln. Denn das kann ein Stilmittel sein, und einem Text das gewisse Etwas geben. Ob ein Text verständlich und schön zu lesen ist – oder schier eine Zumutung für den Leser – entscheiden nicht ein paar Worte. Ob ein Text gut oder schlecht wird, entscheidet sich schon wesentlich früher. In dieser dreiteiligen Trainingsserie erfahren die Leser, wie sie journalistische Texte in 1A-Qualität verfassen.

Haben Sie sich schon einmal überlegt, warum Menschen Geld ausgeben für Zeitungen, Zeitschriften, Fachmagazine, die Rundfunkgebühr oder Pay-TV-Abos? Sie erwarten von diesen Medien einen Nutzen: aktuelle Nachrichten, packende Reportagen, scharfzüngige Kritik, wichtiges Fachwissen oder einfach unterhaltsame Kurzweil.

Journalistische Texte erfüllen also einen Zweck. Und dieser Zweck wird nicht durch literarische Traditionen oder wissenschaftliche Gepflogenheiten geprägt, sondern dadurch, dass ein Artikel oder Funkbeitrag einem der oben genannten Ziele dient. Wichtig dabei: der Leser oder Zuschauer will verstehen, was er liest, hört oder sieht. Unverständliche und öde Beiträge straft er mit Nichtachtung, und das innerhalb der ersten Zeilen oder Sekunden.

Verfassen Sie Beiträge, die Ihre Rezipienten verstehen und gerne aufnehmen. Dafür brauchen Sie im hektischen (Redaktions-)Alltag nicht viel Zeit und müssen auch kein begnadeter Wort-Jongleur sein. Gehen Sie einfach die einzelnen Stufen der *Verständlichkeits- und Stil-Pyramide* (siehe Abbildung) durch, und ändern Sie Kleinigkeiten an Ihrer Einstellung zu „guten“ Texten und an Ihrer Schreibe. Schritt für Schritt.

Am Anfang guter Texte steht die Einsicht und die *Bereitschaft*, dem Leser das Lesen zu erleichtern. Wer nicht verstanden werden *will*, der wird auch nicht verstanden werden.

Beispiel 1: Text in einer Fachzeitschrift

„Es bilden sich kognitive Funktionen in der Reduktion von Komplexität einer modernen, technischen Welt und die Vermittlung von Wissen und Informationen aus dem soziotechnischen System für das System Öffentlichkeit.“



Was macht einen journalistischen Text gut und attraktiv? Die Verständlichkeits- und Stil-Pyramide nach Nussbaum