



# Backpack Journalism

Stefan Seitz



# Backpack Journalism

Stefan Seitz

## Impressum

© 2016 DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH, Berlin  
Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Studienbriefs (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zur Benutzung solcher Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung. Sämtliche verwendete Marken sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Studienbriefs angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit sowie eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Studienbriefs. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Studienbrief dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Printed in Germany.

[www.journalistenkolleg.de](http://www.journalistenkolleg.de)

# Backpack Journalism

## Allgemeine Lernziele

Wenn Sie dieses Paper durchgearbeitet haben, können Sie

- .....> das Genre definieren und erläutern, worin es sich vom „klassischen“ Journalismus unterscheidet;
- .....> einen Überblick der historischen Entwicklung des Genres wiedergeben;
- .....> Backpack Journalism kritisch reflektieren.

Für das Wort „Backpack“ liefert die Übersetzung in die deutsche Sprache ein einziges, eindeutiges Ergebnis: Rucksack. Der Begriff „Backpack Journalism“ steht daher für „RucksackJournalismus“.

Dabei vereint der „Rucksack“ zwei Eigenheiten des Backpack Journalists. Zum einen berichtet dieser hauptsächlich aus Gegenden und in Situationen, die für herkömmliche Nachrichtenteams schwer zu erreichen oder zu gefährlich sind; um sehr flexibel und schnell handlungsfähig zu sein, ist der Journalist als „Backpacker“ (Rucksackreisender, Rucksacktourist) unterwegs. Zum anderen führt der Backpack Journalist in seinem Rucksack ein umfassendes Equipment mit sich, mit dem er Ereignisse dokumentieren kann: Laptop, Camcorder, Digitalkamera, Satellitentelefon etc.<sup>1</sup> Multimedia Storytelling ist angesagt: Texte, Fotos, animierte Grafiken, Tondokumente und Bewegtbilder werden in Form von Videos bearbeitet und versendet.<sup>2</sup> Dabei beachtet „der Backpack-Journalist alle[n] dem Journalismus eigenen Basistugenden und versucht, Zustände objektiv und unvoreingenommen zu erfassen.“<sup>3</sup>

1 <http://www.journalistenkolleg.de/lexikon-journalismus/rucksack-journalismus> [09.03.2015].

2 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack_journalism) [11.03.2015].

3 Vgl. Webseite DFJV-Lexikon.

## ■ Die Basis-Idee des Genres

Die grundlegende Idee des Genres liegt darin, die Rezipienten an den eigenen Erfahrungen und Erlebnissen direkt und unmittelbar teilnehmen zu lassen. Um dies zu ermöglichen, veröffentlicht der Rucksack-Journalist seine Beiträge hauptsächlich im World Wide Web. Auf diese Weise werden die Rezipienten zu Usern, die im Internet mit eigenen Fotos oder Textbeiträgen dem Rucksack-Journalisten Feedback geben können.<sup>4</sup>

Backpack Journalism eröffnet somit einen interaktiven Kommunikationskanal. Der Journalist schlüpft in verschiedene Persönlichkeiten, die er über mehrere Online-Plattformen hinweg darstellt.

## ■ Der Unterschied zum „regulären“ Journalismus

Während im „regulären“ Journalismus die verschiedenen Produktionsschritte und -formen von Beiträgen auf mehrere Personen innerhalb eines Nachrichtenteams verteilt sind, ist der Rucksack-Journalist Reporter, Fotograf, Videofilmer und Geschichtschreiber in Personalunion.<sup>5</sup> Denn der Backpack Journalist ist ein Einzelkämpfer und Multitasker. Er verfasst Bild-, Video- und Tondokumente.

Ein interaktiver Kommunikationskanal ist beim herkömmlichen Journalismus in klassischen Medien wie Tageszeitung, Radio oder Fernsehen in Form von Leserbriefen oder Anrufaktionen in die Sendungen auch gegeben. Da der Backpack Journalism aber hauptsächlich im Internet stattfindet, können die Rezipienten aufgrund der technischen Möglichkeiten viel schneller auf Beiträge reagieren. Außerdem haben sie ein größeres Repertoire an Reaktionsmöglichkeiten zur Hand, beispielsweise in Form von Text-, Ton- und Bildinhalten.

Da das gesamte Spektrum des Einsatzes von medialen Mitteln für die Berichterstattung von einer Person, dem Backpack Journalist, ausgeht, hat der User immer ein- und denselben direkten Ansprechpartner, mit dem er in Dialog treten kann. Die lineare Erzählform der klassischen Medien wird in eine nicht-lineare Darstellungsform überführt.<sup>6</sup>

4 <http://www.journalistenkolleg.de/lexikon-journalismus/rucksack-journalismus> [09.03.2015].

5 Vgl. Webseite DFJV-Lexikon.

6 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack_journalism). [11.03.2015].

„Journalist“ ist keine geschützte Berufsbezeichnung und erfordert formal keine bestimmten Ausbildungsnachweise. Daher kann jede Person, die über die entsprechende Ausrüstung verfügt, als Rucksack-Journalist in Aktion treten und im Internet publizieren. Die redaktionelle Mitarbeit im „regulären“ Journalismus setzt normalerweise eine entsprechende Ausbildung voraus.

## ■ Vorteile und Chancen des Genres

Im regulären Journalismus wird die Berichterstattung ebenfalls ins Internet verlängert oder findet, bei Online-Medien, ausschließlich im Netz statt. Damit kann der gesamte bunte Strauß an Tools für die multimediale Berichterstattung und Interaktivität eingesetzt werden. Der Backpack Journalism hat jedoch aufgrund der Exponiertheit des Journalisten den Vorteil, dass sich der Berichtersteller als Marke aufbauen und dadurch eine Fangemeinde an Usern schaffen kann. Es steht dann zunächst nicht der Inhalt im Fokus der Rezipienten, sondern die Person, die über ein Ereignis berichtet. Die Chance besteht darin, dass auf diese Weise neue Rezipienten gewonnen werden können.

Natürlich besteht die Möglichkeit des Aufbaus einer Person als Marke für jeden Journalisten in jedem Bereich der Publizistik. Der Backpack Journalism bietet jedoch aufgrund seiner Eigenheiten bessere Voraussetzungen dafür: Der Journalist berichtet aus schwer zu erreichenden Regionen, setzt als einzelne Person alle medialen Mittel der Berichterstattung von Text, Bild, Bewegtbild und Ton ein und stellt die Inhalte direkt ins Netz. Die besten Voraussetzungen, um vor allem bei den jüngeren potenziellen Zielgruppen, die sehr internet- und multimediaaffin sind, Aufmerksamkeit zu erzeugen, diese als Rezipienten zu gewinnen und zusätzliche Einnahmen zum Beispiel durch eigene Blogs zu generieren. Der Personenkult steht dabei im Vordergrund, vor der Contentvermittlung. Jüngere Menschen suchen Orientierung. Diese Orientierung kann der Backpack Journalist bieten. Vor allem OnlineVideos sind zum Beispiel bei den 14- bis 29-Jährigen sehr beliebt,<sup>7</sup> über die der Rucksack-Journalist Wissen sowie Informationen vermitteln und durch eine entsprechende Erzählform emotional aufladen kann. Dadurch haben die Videos eine höhere Bindungskraft.

Ein weiterer Vorteil ist, dass die Inhalte, die der Backpack Journalist transportiert, vom User jederzeit an jedem Ort abrufbar sind, sofern sie über das Netz publiziert werden. Der Backpack Journalism kann dabei auf eine hohe Plattform- und Formatvielfalt im Internet zugreifen. In diesem Umfeld kann er neue Erzählformen

im Rahmen des Multimedia Storytellings entwickeln, über die er die Rezipienten an Ort und Stelle abholen kann. Er hat die Möglichkeit, über die Variation der Länge eines Beitrags und den Mix von Text, Ton, Foto, Grafik, Bewegtbild etc. ein Format zu entwickeln, das beispielsweise von einem Jugendlichen, der gerade im Linienbus auf dem Weg zur Schule mit dem Smartphone im Netz surft, wahrgenommen und konsumiert wird.

Vermittlung und Rezeption von Content sind bei den Usern stark auf die Person des Journalisten bezogen. Die schnellen und vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten sorgen bei den Rezipienten dafür, dass der gesamte Kommunikationsprozess sowie die vermittelten Inhalte als echt und wahrhaftig empfunden werden.

Natürlich setzen auch Nachrichtenteams klassischer Medien Rucksack-Journalisten ein. Redaktionen von Tageszeitungen erhalten so Bewegtbild-Beiträge für ihre Website, Fernsehsender können ihren Zuschauern damit einzigartigen Content bieten.<sup>8</sup> Und selbst über die Medienunternehmen hinaus könnte Interesse am Backpack Journalism bestehen: Auch Unternehmen und Organisationen aus anderen Branchen können für ihre Kommunikationspolitik, beispielsweise für ihre Außendarstellung, auf die Dienstleistung von Rucksack-Journalisten zugreifen und einzigartigen Content produzieren lassen. Damit nähme die Nachfrage nach dem speziellen Tätigkeitsfeld des Backpack Journalism zu und der Arbeitsmarkt im Bereich Journalismus würde belebt.

Aufgrund seiner hohen Affinität zu Internet und sozialen Medien wie Facebook oder Blogs sowie zu neuen Technologien wie Smartphones und Tablets macht der Backpack Journalism für junge Menschen, allen voran für die digital natives – das sind die Alterskohorten, die in der digitalen Welt aufgewachsen sind – den Beruf des Journalisten attraktiv und bietet einen guten Einstieg in dieses Metier.

Im nicht-professionellen Journalismus steht der Backpack Journalism für eine aktive Teilhabe von jungen Leuten am öffentlichen Leben: Sie erstellen und veröffentlichen redaktionelle Inhalte zu Themen und Ereignissen in ihrer nächsten Umgebung, die sie beschäftigen oder interessieren. Auf diese Weise wird Backpack Journalism zu einer Methode, um zum Beispiel Jugendlichen Medienkompetenz zu vermitteln und dazu zu animieren, sich intensiver und produktiver mit ihrem sozialen und politischen Umfeld zu beschäftigen.<sup>9</sup>

Der Backpack Journalism führt dabei die Idee des Citizen Journalism, der mit „Bürger-Journalismus“ oder „partizipativer Journalismus“ übersetzt werden kann, weiter.<sup>10</sup> In der Interpretation des Backpack Journalism haben alle Bürger

8 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack_journalism) [10.03.2015].

9 Vgl. <http://bpjournalism.eu/> [10.03.2015].

10 Siehe Beiträge „Citizen Journalism“ und „Partizipativer Journalismus“ in diesem Band.

die Chance, mit eigenen Medien am gesellschaftlichen Diskurs teilzunehmen.<sup>11</sup> Ein Vorteil, der daraus resultieren kann, ist beispielsweise, dass Themen, die Bürger interessieren, aber von der Politik vernachlässigt werden, durch die mediale Aufbereitung und Verbreitung durch die Protagonisten eine höhere Aufmerksamkeit erlangen. Dabei haben es die Betroffenen selber in der Hand, welche Kontexte eines Meinungsgegenstandes und wie sie diese in Bezug auf die Wahl der medialen Mittel veröffentlichen – vom Text über Bild bis zum Video, von der sachlichen Berichterstattung über die kommentierende bis zur karikierenden Darstellung.

## ■ Entstehung des Backpack Journalism

Entstanden ist der Backpack Journalism in den USA in der Mitte der 1990er-Jahre aus den Video News International (VNI), ein Projekt der Tageszeitung The New York Times. Michael Rosenblum, ein ehemaliger Fernsehjournalist, forcierte mit dem Projekt die Ausbildung von Printjournalisten und Fotografen in der Anwendung kleiner, hochwertiger, digitaler Videokameras. Er hoffte, Fernsehanstalten so zu mehr internationaler Berichterstattung bewegen zu können, da sie auf diese Weise kostengünstiger sein würde.<sup>12</sup>

Diese neue Form des Journalismus verlagerte nach den Anschlägen auf die Twin-towers am 11. September 2001 seine Medienpräsenz ins Internet, als auf unzähligen Webseiten Testimonials von Augenzeugen veröffentlicht wurden.<sup>13</sup> Größere Nachrichtenorganisationen wie die American Broadcasting Company (ABC) und die National Broadcasting Company (NBC) konkurrierten mit eigenen Beiträgen zu dem Terroranschlag mit diesen Webseiten, wodurch sich dieses Genre des Journalismus noch stärker etablierte.<sup>14</sup>

## ■ Risiken und Nachteile des Genres

Das größte Risiko dieses Genres tragen sicherlich die Rucksack-Journalisten selbst, die ihre Gesundheit und eventuell sogar ihr Leben für die Berichterstattung in gefährlichen Situationen und aus schwer zugänglichen Regionen riskieren.

11 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism) [10.03.2015].

12 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack_journalism) [11.03.2015]

13 Vgl. Webseite DFJV Journalistenkolleg.

14 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack_journalism) [11.03.2015].



Auch das finanzielle Risiko liegt zu einem nicht unerheblichen Teil auf der Seite des Backpack Journalists. Im bezahlten Journalismus verlangen die Auftraggeber von ihm, sämtliche Arbeitsprozesse für die Erstellung von redaktionellen Beiträgen zu erbringen. Der Backpack Journalist wird zur „eierlegenden Wollmilchsau“. Dabei besteht die Gefahr, dass das gesamte Paket der erbrachten Dienstleistungen von Texterstellung über Videoaufnahmen bis zur Einstellung des Beitrags ins Internet sowie die dafür notwendigen Qualifikationen und technischen Ausstattungen nicht adäquat bezahlt werden. Außerdem geht die Expertise von Spezialisten, wie zum Beispiel Cutter, Toningenieure, Kameramänner, für die einzelnen Prozesse der Erstellung von redaktionellem Content, wie beispielsweise die Bewegtbildaufnahme oder die Bildbearbeitung, verloren.<sup>15</sup> Die Qualität der Beiträge könnte darunter leiden.

Da der Backpack Journalist im Mittelpunkt steht, ist die Gefahr groß, dass dadurch der Inhalt, der transportiert wird, zu sehr in den Hintergrund rückt. Dies steht dem Sinn und Zweck von gutem Journalismus entgegen.

Letztlich ist auch die massenhafte Verbreitung des Backpack Journalism eine Gefahr. Da das Internet die bevorzugte Plattform für die Veröffentlichungen des Backpack Journalism und faktisch für jeden zugänglich ist, kann jeder Mensch Inhalte zu Themen, die er für gesellschaftlich interessant hält und die seiner Meinung nach journalistisch bearbeitet werden sollten, publizieren. Voraussetzung sind einzig die Aneignung des notwendigen technischen Know-hows und der Erwerb der entsprechenden technischen Ausstattung. Die Vermassung der Veröffentlichungen führt nicht unbedingt zu deren höherer Qualität. Im Gegenteil: Ein Medium wie das Internet, in dem sich jeder publizistisch betätigen kann, bringt auch viel Redundantes, Irrelevantes und qualitativ Schlechtes hervor.

## Fazit

Welchen Weg wird der Journalismus in der digitalen Welt gehen? Das lässt sich derzeit nicht mit endgültiger Sicherheit sagen. Aber es sind bestimmte Trends zu erkennen: Der Journalismus der Zukunft ist geprägt durch den stetigen Dialog mit dem Publikum. Partizipation hilft, die Recherche, die Aktualität und die Vielfalt der Themen zu verbessern. Der Backpack Journalism ist eine sinnvolle Form, um diesen Dialog zu organisieren.

Heutzutage ist Journalismus immer auch mit Experimentieren verbunden. Die Redaktionen verstehen sich immer mehr als Labore, um neue Wege, Darstellungsformen und Nischen zu suchen und zu finden. In ihnen sollte der Rucksack-Journalismus Untersuchungsgegenstand und Experimentierfeld sein. Da sich immer mehr Menschen, die älter als die digital natives sind, im Internet informieren<sup>16</sup>, hat der Backpack Journalism die Chance und die Aufgabe, Formate zu entwickeln, die auch von Erwachsenen angenommen werden.

Für die zukunftsfähige journalistische Ausbildung ist die digitale Transformation eine große Herausforderung. Der Backpack Journalism ist sicherlich ein Weg, um junge Menschen für den Journalismus allgemein zu begeistern und die Standards zu vermitteln, die zukünftig für die Arbeit in Redaktionen unabdingbar sind. Dazu gehört unter anderem, fit auf allen Vertriebskanälen zu sein und den Dialog mit dem Publikum zu verstärken. Der hohe Grad der Interaktivität durch die hohe Präsenz des Backpack Journalism in der digitalisierten Welt fördert den direkten Dialog zwischen Journalist und User. Dadurch steht der Backpack Journalism einem veränderten Journalismusverständnis, das die digitalisierte Welt hervorgebracht hat, sehr nahe. Diese Nähe ermöglicht es ihm, vor allem junge Menschen als User zu gewinnen.

Dabei dürfen aber die neuen Herausforderungen, die der interaktive Journalismus an die Redakteure stellt, nicht unterschätzt werden. Sie bestehen vermehrt darin, Kommunikationen innerhalb von Communities zu initiieren und zu vermitteln. „Dementsprechend erweitert sich das Kompetenzfeld: Zur Recherche-, Schreib- und Redigierkompetenz tritt eine Technik- und Gestaltungs-, sowie eine Organisations- und Konzeptionskompetenz hinzu – also klassische Management- und Marketingfähigkeiten.“<sup>17</sup> Dieser Entwicklung muss in der Ausbildung Rechnung getragen werden.

Es besteht jedoch die Gefahr, dass von Medienunternehmen unter dem Etikett „Backpack Journalism“ sämtliche Produktionsprozesse und Kompetenzen für die Berichterstattung, für die bisher ein größeres Team zuständig war, auf eine Person übertragen werden, um Kosten zu sparen. Der Backpack Journalist ist dann der Leidtragende, der unter hohem Zeitdruck und eventuell für ein geringes Honorar seiner publizistischen Tätigkeit nachgehen muss. Backpack Journalism würde dann durch die Auftraggeber von redaktionellen Dienstleistungen zur alleinig gültigen und zeitgemäßen journalistischen Vorgehensweise erhoben, was nicht der tatsächlichen Welt der Publizistik entspricht.

16 Vgl. <http://www.ard-zdfonlinestudie.de/index.php?id=394> [14.03.2015].

17 [http://www.uni-leipzig.de/journalistik/index.php?id=34&user\\_toschunidep\\_pi1\[course-Id\]=376&user\\_toschunidep\\_pi1\[backPid\]=28](http://www.uni-leipzig.de/journalistik/index.php?id=34&user_toschunidep_pi1[course-Id]=376&user_toschunidep_pi1[backPid]=28) [11.03.2015].

## Quellen

ARD-ZDF-Onlinestudie, <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=392>.

DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH, <http://www.journalistenkolleg.de/lexikon-journalismus/rucksack-journalismus>.

<http://bpjournalism.eu/>.

Universität Leipzig Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, [http://www.uni-leipzig.de/journalistik/index.php?id=34&user\\_toschunidep\\_pi1\[courseId\]=376&user\\_toschunidep\\_pi1\[backPid\]=28](http://www.uni-leipzig.de/journalistik/index.php?id=34&user_toschunidep_pi1[courseId]=376&user_toschunidep_pi1[backPid]=28).

Wikipedia, the free encyclopedia, [http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Backpack_journalism); [http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen\\_journalism](http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism).

## Über den Autor



**Stefan Seitz**, freier Journalist und Kommunikationsberater in München. Studium der Kommunikationswissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München, danach im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig. Nach Zusatzausbildungen an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing und an der Journalistenakademie München erweiterte er sein Dienstleistungsportfolio um die Bereiche Journalismus sowie Werbung und Marketing.

Schreiben und Darstellen ■ Journalistische Genres

# Backpack Journalism

Stefan Seitz

