

Citizen Journalism als offenes Projekt

Citizen Journalism als offenes Projekt

Leitfaden für Präsentationen

Stand: 16.11.2024

© strohm.IT 2024

Offen

„Offen“ ist ein online Projekt dann, wenn es Eigenschaften hat, mit denen es wachsen kann. Projekte, die in nur einem Kanal innerhalb einer sozialen Blase angelegt sind, wachsen nach innen und sind daher begrenzt.

Mit „offen“ ist Durchlässigkeit und Versatilität gemeint: weder thematisch, noch sozial, noch medial, noch technisch gibt es Grenzen.

Das legt auch Grundsätze fest, denn Offenheit bedeutet Toleranz.

Skalierbarkeit ist die grundsätzliche Struktur des citizen journalism, weil er auf Vergrößerung angelegt ist.

Realisierbar

Citizen Publishing Projekt: Beginn als Homepage (Landing Page). Diese wird ein Aggregator / Sammler für News aus dem *Citizen Journalism*. Suchmaschine und bereits bestehende Newsdienste konkurrieren ums Publikum. Geldquellen sind Crowdfunding und Werbung. Eine motivierte Gruppe mit Know-How kann mit wenig Aufwand viel erreichen.

Kleine & große Beispiele

Das „Upload Magazin“ arbeitet als Medienprojekt in einer Nische und bietet auch Medienkurse an. Es setzt auf PDF Verteilung. Von Anfang an war eine inhaltlich sehr klare Richtung vorgegeben, es waren und sind bevorzugt online News.

Die „Huffpost“ (Huffington Post) setzt auf ein gemischtes Autorenmodell, bei dem eine Redaktion, freie Journalisten / Blogger und unbezahlte Freiwillige kombiniert werden. Die Huffpost setzte auf Publikation um jeden Preis und machte vor allem durch Kooperation ungeheuer schnell FLÄCHE im Internet.

Heise Online ist eine klassische Fachzeitschrift mit Fachredaktion. Sie spricht ein Spezialisten-Publikum an. Fürs größere Publikum, insbesondere Firmen, arbeitet Heise auch als Beraterteam.

All diese Modelle geraten immer stärker unter den Druck der Künstlichen Intelligenz, die zu einer Inhalts-Schwemme führt. Darunter nicht begraben zu werden, ist die zentrale Herausforderung aller menschlichen Stimmen im Internet.

Startup Methoden

- Single Source Publishing
- Inbound Marketing
- Agility, Versatility, Leanness
- Medienmix
- Kanalübergreifend (multichannel)
- SEO

Automatik

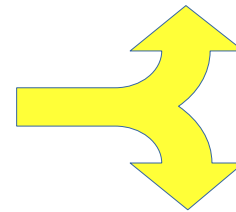
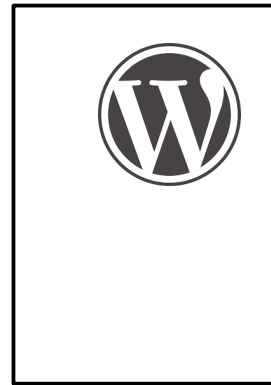
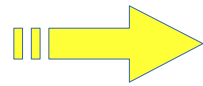
- E-Mail Weiterleitungen für Streuung
- Publish by Mail zur Beschleunigung
- Publicize für Streuung
- **Künstliche Intelligenz für (menschlich redigierte) Übersetzungen, Listen, etc.**

Prinzipien

- Maximale Einfachheit
- Bestehendes nutzen
- Wirklich offen: Responsiv, barrierefrei, formatübergreifend, multikulturell
- Virtuell und Real: hyperlokal

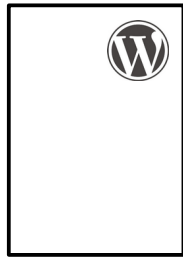
Einfach

Für die Schreibenden kann die Publikation extrem vereinfacht werden: **Artikel-Publikation per E-Mail** mit automatischer Verteilung



Sammeln & verteilen

Individuelle
Autor/innen-
Projekte



www.autor1.de

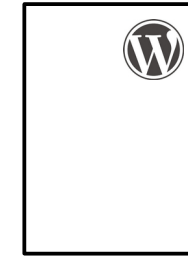
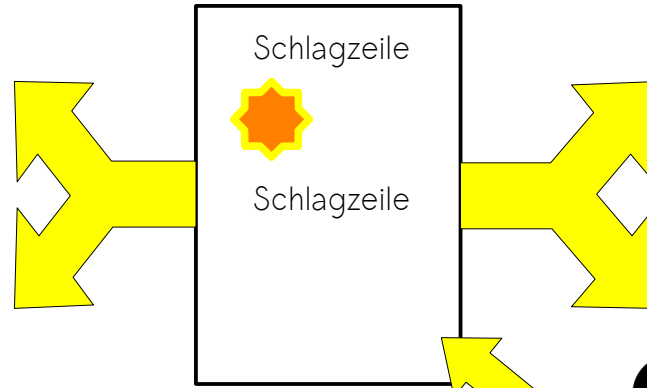


www.usw.de



Aggregator / Sammler

Zentrale Seite



www.autor2.de



www.usw.de



Individuelle
Autor/innen-
Projekte

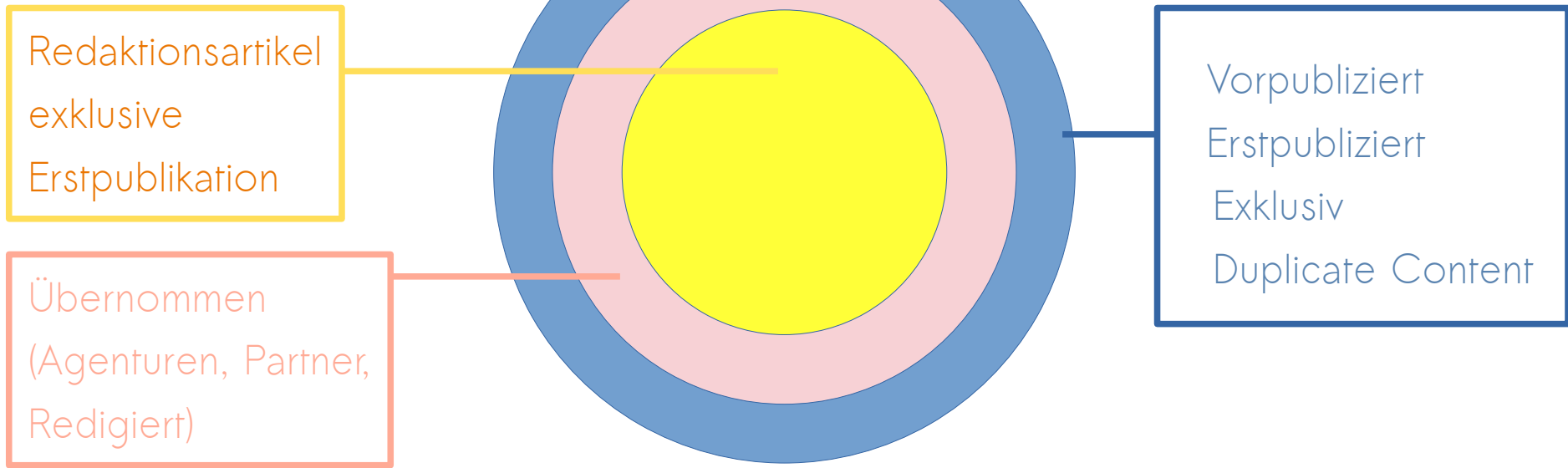
Die Zentrale Seite verteilt

Publikum startet
bei der Zentrale Seite

Content Quellen

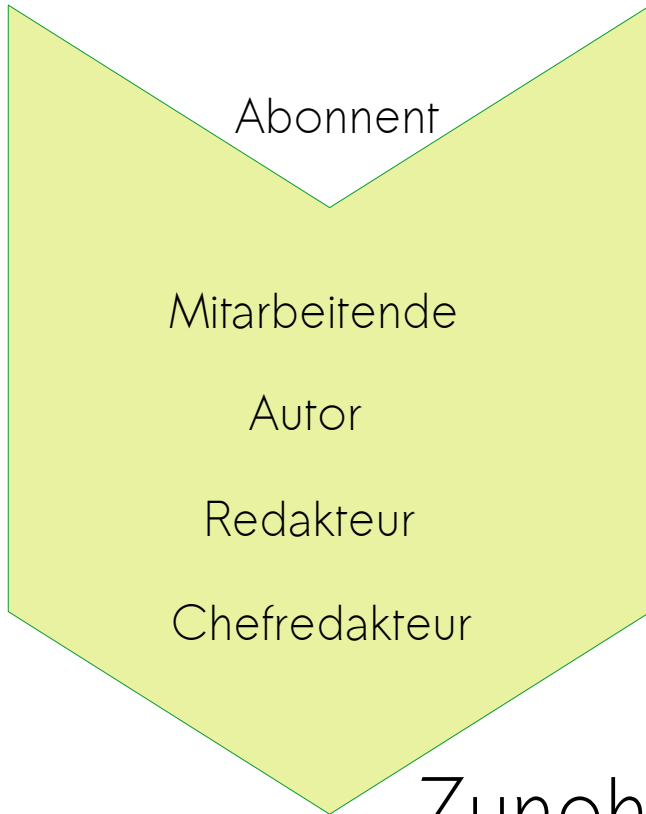
Original-Content;
selbst erzeugt, Eigenleistung

Fremd-Content,
Redigiert oder geprüft



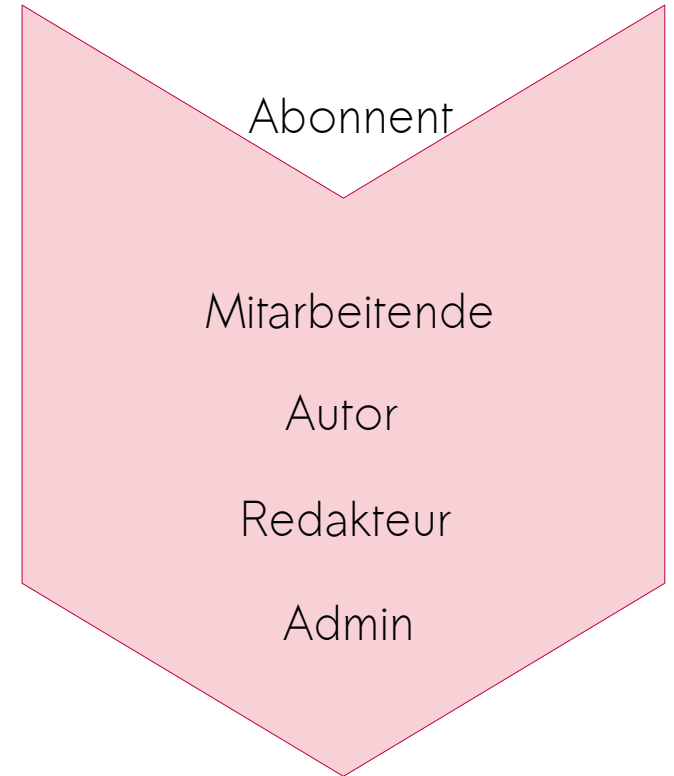
Online Zeitung

Content Creators



Blog Role

Content Creators



Rollen
der
Betei
ligten

Zunehmende Verantwortung

Geld

Individuelles
Autor/innen-Projekt

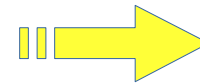


www.ein-autor.de

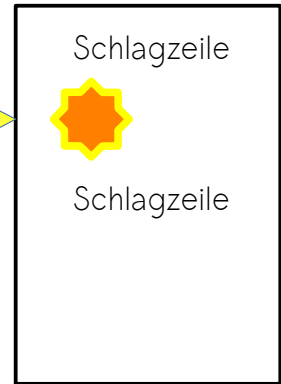


Autor/in

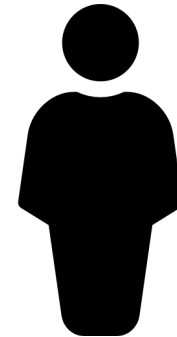
Werbung finanziert
Technik & Wartung



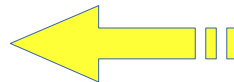
Aggregator
/ Sammler



Projektseite der
Redaktion,
Online-Zeitung
www.xy.de



Publikum



Die **Lesenden**
finanzieren die
Schreibenden

Echt, original, originell

- Echte Menschen und Stories
- Lokale Events
- Korrespondenten vor Ort
- Media Pooling, Contributors aus dem Publikum, engagierte Bürger oder Freiwillige



Creator Communities

- Journalisten
- Kreative & Künstler
- Institute und Vereine
- Engagierte Bürger und Aktivisten (unbezahlt)

Viral

Viralität bedeutet Wachstum und organische Skalierung;
die Echokammer wächst durch den Schall

- Events durchführen
- Aktivismus zeigen, er steckt an #collectiveimpact
- Veranstaltungen zum Erzeugen eines Medienpools nutzen
- Starke Stories erzählen, um Hintergrundrauschen zu erzeugen
- Publikum oder Helfende persönlich ansprechen

Impressum

Verantwortlich für diese Publikation, V.i.S.d.P.:

Strohm.IT
Timmo Strohm

Adresse:
Broner Platz 3
88250 Weingarten

Telefon: 0751 / 5681 - 3924
Mobil: 0174 - 9607 150

E-Mail: info@strohm.it
Internet: <https://www.strohm.it>

