

- 2 aktuell
- 6 thema  
Postfaktisch:  
Journalismus im  
medialen Wandel
- 6 **Journalismus auf dem Prüfstand**  
Editorial  
Roland Bader, Jürgen Ertelt
- 13 **Über das Vertrauensproblem des  
Mainstream-Journalismus**  
Uwe Krüger
- 22 **Recherchejournalismus in Zeiten von  
Fake News**  
Christian Rohde
- 31 **Der Beruf des Journalisten war nie  
so wichtig wie heute**  
Ein Interview mit Bernhard Goodwin
- 35 **Die Selektion und Organisation von  
Informationen im Internet**  
Wie Algorithmen kollektive  
Wissensordnungen beeinflussen können  
Fabian Wörz
- 42 **Die Rolle von Social Media für  
Information und Meinungsbildung**  
Uwe Hasebrink, Lisa Merten,  
Jan-Hinrik Schmidt, Sascha Hölig
- 50 spektrum
- 50 **Thesen zu einem Curriculum zur  
„Bildung in einer durch Digitalisierung  
und Mediatisierung beeinflussten Welt“**  
Gerhard Tulodziecki
- 57 **Feind- und Selbstbilder  
rechtsextremistischer Musik**  
Daniel Hajok, Konstanze Wegmann
- 64 **Spiel.Punkte**  
Stadtteilerkundung analog und digital  
Björn Friedrich, Gerhard Knecht,  
Holger Mügge
- 70 **Room-Escape-Challenge Subjekt 12**  
Eine interaktive Live-Game-Show  
Studierender  
Sebastian Gomon, Gabriele Hooffacker,  
Ulrich Schmedes
- 77 medienreport
- 77 **Mittagessen mit Zombies**  
Viele Trailer im Tagesprogramm der  
Privatsender sind jugendgefährdend  
Tillmann P. Gangloff
- 79 **Auf der Suche nach einem Platz**  
Zwischen Herausforderung und  
Überforderung in den Filmen der  
67. Berlinale  
Markus Achatz, Michael Bloech
- 85 **Und welches Tier bist du?**  
Melanie Theissler
- 87 publikationen
- 91 kurz notiert
- 93 impressum
- 94 service
- 96 kolumne
- 96 **Medienpädagogik first!**  
Michael Gurt

## KIM-Studie 2016

In den Kinderzimmern und damit im Eigenbesitz der Sechs- bis 13-Jährigen finden sich am häufigsten Mobiltelefone (51 %), CD-Player (45 %) und bei knapp der Hälfte auch Spielekonsolen. Die *KIM-Studie 2016* zeigt außerdem, dass der Fernseher (77 %) am häufigsten täglich genutzt wird, während die Handy-Nutzung 42 Prozent erreicht. Schon jedes vierte Kind nutzt zudem regelmäßig Apps (44 % mindestens einmal die Woche) und Kinderwebseiten (46 % täglich), wenn es im Internet aktiv ist. Einen eigenen Internetzugang besitzen 18 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen.

Bei der Betrachtung der täglichen Nutzung fällt die eher geringe Verbreitung des Tablets auf: 28 Prozent der Kinder nutzen es, fünf Prozent verfügen über ein eigenes Tablet. Von den täglich genutzten Internet-/Online-Diensten (41 %) widmen sich 41 Prozent der Kinder *WhatsApp*, gefolgt von den Webangeboten *YouTube* (17 %) und *Facebook* (17 %), welche auch zu ihren Lieblingsseiten gehören. Die *Facebook*-Nutzung beginnt im Durchschnitt ab dem zehnten Lebensjahr und steigt, wie bei *YouTube*, mit zunehmendem Alter an. Zu den am meisten genutzten *YouTube*-Angeboten zählen Humor (72 %) und Musik (62 %), gefolgt von Tier- (37 %) und Sportvide-

os (34 %) sowie Mode- und Beauty-Inhalten (30 %).

Je älter die Kinder sind, desto eher nutzen sie die verschiedenen Medien ohne Begleitperson, allen voran steht die alleinige Nutzung des Fernsehens (56 %) und Handy- sowie Smartphone-Spiele (42 %).

Im Vergleich der Geschlechter zeigen sich leichte Unterschiede bei den beliebtesten Freizeitaktivitäten. Sowohl Mädchen als auch Jungen treffen sich in ihrer Freizeit zwar am liebsten mit Freundinnen und Freunden (Mädchen 56 %, Jungen 54 %), spielen gern draußen (Mädchen 39 %, Jungen 46 %) und sehen gerne fern (Mädchen 31 %, Jungen 32 %). Für Mädchen (13 %) sind jedoch, im Gegensatz zu den Jungen (30 %), PC-/Konsolen- und Onlinespiele eher nachrangig. Dafür nutzen sie in ihrer Freizeit häufiger das Internet (17 %) als Jungen (6 %).

Zum Schutz der Kinder vor ungeeigneten Inhalten setzt ein Viertel der Haupterzieherinnen und -erzieher von Kindern, die das Internet nutzen, eine Jugendschutz-Software, -filter oder eine -App ein.

Die Studienreihe *KIM* wird im Auftrag des *Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs)* seit 1999 durchgeführt. Die repräsentative Studie bildet das Medienverhalten von 1.200 Sechs- bis 13-jährigen Kindern in Deutschland ab.

[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)  
Antje Müller

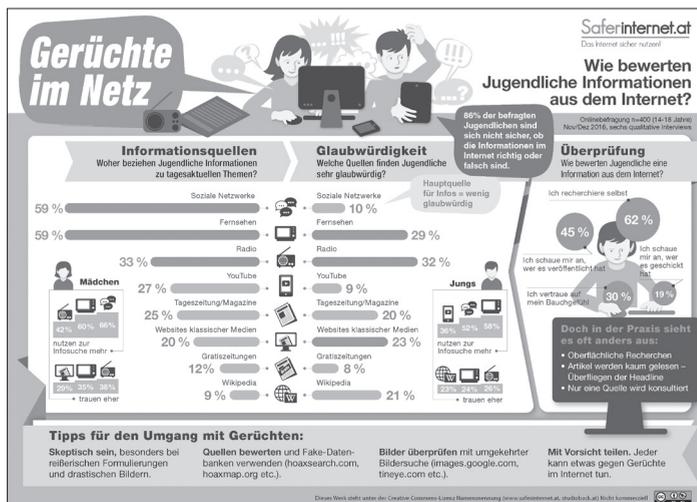
## Jugendliche haben kaum Vertrauen in ihr Lieblingsmedium

Die meisten Jugendlichen (60 %) halten nach eigener Einschätzung einen Großteil der aktuellen Nachrichten in sozialen Netzwerken für falsch. Die Studienergebnisse von *Gerüchte im Netz – Wie bewerten Jugendliche Informationen aus dem Internet* der Initiative *Saferinternet.at* zeigen außerdem, dass Fernsehen und soziale Netzwerke (59 %) für Jugendliche von 14 bis 18 Jahren zu den wichtigsten Informationsquellen zählen. Tagesaktuelle Informationen ziehen sie zudem aus dem Radio (33 %), von *YouTube* (27 %), aus Tageszeitungen (25 %) und von Webseiten der Tageszeitungen (20 %). Den größten Vertrauensvorschuss erhalten jedoch eher traditionelle Medien. Dementsprechend werden Radio (32 %) und Fernsehen (29 %) als glaubwürdiger eingeschätzt als die Webseiten dieser klassischer Medien (23 %), soziale Netzwerke (10 %) oder *YouTube* (9 %).

Zusammenhänge zur Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Online-Medien zeigen sich im Grad der formalen Bildung. Demnach erhalten *Wikipedia* (15 % formal höher Gebildete, 29 % formal niedriger Gebildete), bestimmte YouTuber (3 % zu 23 %) oder soziale Netzwerke (3 % zu 19 %) mehr

Zuspruch von Jugendlichen mit formal niedriger Bildung. Besonders glaubwürdig erscheinen darüber hinaus ästhetische Bilder. Eigenen Angaben zufolge können 71 Prozent der Jugendlichen hier den Grad der Bearbeitung gut einschätzen. Bei der Bewältigung der Informationsflut besteht aber noch große Unsicherheit (86 %), wahre von falschen Meldungen zu unterscheiden. Abgefangen wird dies von einer erhöhten Bereitschaft (62 %) zur Recherche und Kontrolle fragwürdiger Informationen, welche mit dem Grad der Bildung zunimmt. Eine überwiegend oberflächliche Recherche sowie schwach ausgeprägte Kritikfähigkeiten zu Bildkontexten und zur Informationsbewertung steigern jedoch den Bedarf nach einer verbindlichen Förderung in der Schule und fordern auch Eltern in der Vermittlung eines kritischen Umgangs mit (Online-)Medien. Im Rahmen der Initiative *Saferinternet.at* beauftragten das *Österreichische Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT)* und die *Internet Service Providers Austria (ISPA)* das *Institut für Jugendkulturforschung* mit einer repräsentativen Online-Umfrage unter 400 Jugendlichen im Alter von 14 bis 18 Jahren zum Umgang mit Informationen aus dem Netz. [www.saferinternet.at](http://www.saferinternet.at)

Antje Müller



Saferinternet.at

## Mobile Medien – Eltern sind gefordert

Familienalltag ohne mobile Medien gibt es heute nicht mehr. Schon die Jüngsten dürfen ab und zu auf dem Familien-Tablet oder dem Smartphone der Eltern Fotos anschauen oder auch schon mal ein kleines Spielchen spielen. Dank der einfachen Bedienbarkeit der Touchscreens, gelingt es ihnen bald, hier etwas zu bewirken. Dass die Ergebnisse jedoch oft dem Zufall entspringen, weil die Kinder die Geräte aufgrund ihres motorischen, vor allem aber ihres kognitiven Entwicklungsstandes noch nicht zielgerichtet bedienen können, ist vielen Eltern nicht bewusst.

Die Frage, wie die Aneignung mobiler, digitaler Medien mit der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zusammen-

hängt, stand im Mittelpunkt einer Expertise, die 2016 am *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* im Rahmen der Studie *Mobile Medien in der Familie* erarbeitet und unter dem Titel *Grundlagen zur Medienerziehung in der Familie* veröffentlicht wurde. Im empirischen Teil der Studie ging es darum herauszufinden, worin aus der Perspektive von Eltern und Fachkräften der Erziehungsberatung mit Blick auf mobile Medien die Herausforderungen in der elterlichen Medienerziehung liegen und an welchen Stellen und in welcher Form Eltern und Fachkräfte auf Unterstützung angewiesen sind. Die Ergebnisse der Studie, die vom *Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration* gefördert wurde, stehen zum kostenfreien Download zur Verfügung und

## stichwort Technischer Jugendmedienschutz

Im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) ist festgelegt, dass Anbieter von Internetdiensten – genauso wie Rundfunksender – verpflichtet sind, Kinder und Jugendliche vor entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten zu schützen. Dies kann mit technischen Hilfsmitteln gewährleistet werden. Dem Anbieter stehen dafür drei Möglichkeiten zur Verfügung:

- Zeitgrenzen, die den Zugang beschränken. So ist die Verbreitung von Angeboten ab 18 Jahren zwischen 23 und 6 Uhr zulässig. Zwischen 22 und 6 Uhr dürfen Angebote ab 16 Jahren verbreitet werden;
- technische Mittel, etwa die Jugendschutzvorsperre, bei der zur Freischaltung der Sendung erst ein spezieller Jugendschutz-PIN eingegeben werden muss, oder der sogenannte Perso-Check (auch Personalausweiskennziffernprüfung), bei dem die Personalausweisnummer als Schlüssel für den Zugang zum Angebot dient;
- Jugendschutzprogramme: Der Anbieter kann die Inhalte mit einer technischen Altersinformation (Label) versehen, die von anerkannten Jugendschutzprogrammen ausgelesen werden können. Das derzeit einzige anerkannte Jugendschutzprogramm ist *JusProg*.

Die letzte der drei Möglichkeiten kommt bei vielen Videoportalen zum Einsatz, zum Beispiel bei *tvnow.de*, der Mediathek der RTL-Gruppe. Dies bedeutet in der Praxis, dass zum Beispiel ungeschnittene Folgen von *Game of Thrones*, die vom Sender ‚ab 18‘ gelabelt wurden, sieben Tage nach Ausstrahlung abrufbar sind. Um zu verhindern, dass Kinder mit unangemessenen Inhalten in Berührung kommen, müssen Eltern demnach eine Jugendschutzsoftware am heimischen Rechner installieren und entsprechend konfigurieren. Vorausgesetzt, sie sind sich des Problems bewusst und über die entsprechenden Möglichkeiten ausreichend informiert. Die andere Möglichkeit ist, nur gemeinsam mit den Kinder Internetangebote zu nutzen, was mit zunehmendem Alter immer schwieriger werden dürfte.

Noch komplizierter ist die Lage bei mobilen Geräten wie Smartphones oder Tablets. Hier bietet *JusProg* mit dem *JusProg-Kinderschutzbrowser* – nach eigenen Angaben – schnell, einfach und kostenfrei einen sicheren Surfraum für Kinder. Diese *JusProg*-App filtert automatisch Inhalte im Internet nach Anbieterkennzeichnungen und ständig aktualisierten Filterlisten für die jeweils eingestellte Altersgruppe – zumindest für das Betriebssystem *iOS*, die *Android*-Variante funktioniert für aktuellere Betriebssysteme nicht (mehr). Ob und wann diese Lücke geschlossen wird, steht in den Sternen. Der Anbieter weist zudem ausdrücklich darauf hin, dass die Smartphone-Varianten nicht Gegenstand der gesetzlichen Anerkennung sind.

Bei Settop-Boxen, Spielekonsolen, Smart-TVs und ähnlichen Geräten, die auch Zugang zu Internetinhalten bieten, sind Zugänge und Sicherungsmöglichkeiten noch unübersichtlicher. Eltern bleibt es also nicht erspart, im Einzelnen die Optionen zu prüfen, und sich mit den jeweiligen technischen Besonderheiten auseinanderzusetzen.

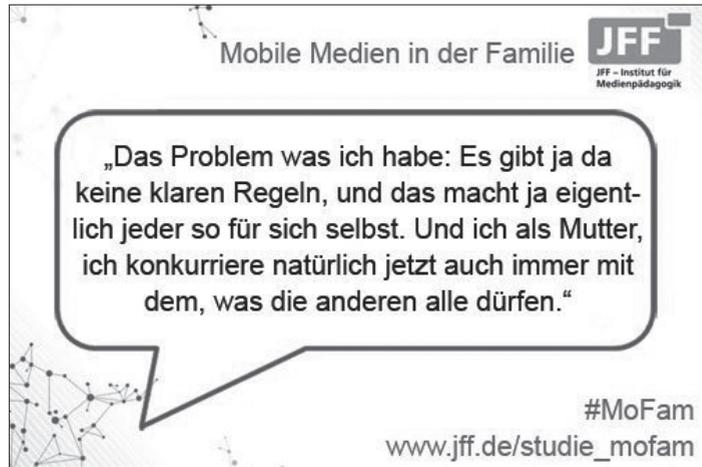
Michael Gurt

können darüber hinaus beim JFF – Institut für Medienpädagogik, Arnulfstr. 205, 80634 München angefordert werden. [www.jff.de/studie\\_mofam](http://www.jff.de/studie_mofam)

Susanne Eggert

## Neue Datenbank für Kindermedien

Die *Datenbank für Kindermedien* des *Initiativbüro Gutes Aufwachsen mit Medien* bietet pädagogischen Fachkräften und Eltern geprüfte, altersgerechte Kinderwebseiten und Apps, die medienpädagogisch geprüft wurden. Mit einer einfachen Suchfunktion kann nach vielfältigen Themen recherchiert und passende Angebote für junge Nutzerinnen und Nutzer ausgewählt werden. Eine Filterfunktion erleichtert die weitere Eingrenzung auf bestimmte Zielgruppen und Schwerpunkte. Hierbei wird eine differenzierte Unterscheidung in fünf Alterskategorien vom Kleinkind bis zum Jugendlichen ermöglicht. Ebenso vielfältig gestaltet sich das Filtern nach 13 Schwerpunkten, beispielsweise nach instrumentellen Fertigkeiten (Motorik), Alltagskompetenzen oder praktischer Medienarbeit. Bereits in der Vorschau zeigen die Suchergebnisse die jeweilige Eignung für Kinder und Jugendliche von Null bis 18 Jahren an. Einmal ausgewählt,



JFF – Institut für Medienpädagogik

erscheint zur Kinderwebseite oder zur App ein detaillierter Angebotsüberblick. Hier erhalten pädagogische Fachkräfte sowie Eltern eine Kurzbeschreibung, eine Zusammenfassung behandelter Hauptthemen, Informationen zur Spracheinstellung und zur Eignung gemäß den Kinder- und Jugendschutzrichtlinien. Hinzu kommen, je nach Anwendung, Erläuterungen zum Betriebssystem, zu Lauffähigkeiten, zum Preis oder zur Werbefreiheit. Insbesondere die Praxistipps mit Anwendungsvorschlägen für den medienpädagogischen bzw. medienkompetenzfördernden Einsatz des Mediums stechen hervor. Darüber hinaus wird jedes Angebot um eine Empfehlung für mögliche Lernbereiche bereichert, welche zusammen mit den identifizierten didaktischen Schwerpunkten eine gezieltere Auswahl für den Praxiseinsatz bietet.

Die neue *Datenbank für Kindermedien* umfasst erstmals ein umfangreich geprüftes, aktuelles Angebot von Kinderwebseiten, zertifiziert von den Initiativen *klick-tips*, *bibernetz* sowie dem *Erfurter Netcode*, das *Deutsche Jugendinstitut* hat aus der *Datenbank Apps für Kinder* über 500 App-Bewertungen beige-steuert. [www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de/kindermedien](http://www.gutes-aufwachsen-mit-medien.de/kindermedien)

Antje Müller

### Die Themen der nächsten Hefte:

- Extrem im Netz  
(merz 3/17)
- Soziale Arbeit digital  
(merz 4/17)
- Quantified Self  
(merz 5/17)

# Journalismus auf dem Prüfstand

## Editorial

Journalismus auf dem Prüfstand. Der Journalismus wie auch der Prüfstand, beide sind in Verruf geraten. Dem Journalismus wird vorgeworfen, dass er lügt oder manipuliert. Und dass Autos mancher Fabrikate auf den Prüfstand manipulierte Emissionswerte präsentiert haben, ist bekannt. Es soll hier in dieser Ausgabe allerdings *nicht* um Fälschungen und gezielte Desinformation zur Destabilisierung politischer Institutionen und Sicherheiten gehen, wie sie aktuell unter dem Schlagwort *Fake News* durch die öffentliche Debatte gehen. Die Idee für dieses Heft liegt länger zurück, und es ist unser Anliegen, den aktuellen Stand des Journalismus kritisch anzuschauen. Leidet er, und wenn ja, woran? Kann er Wirkung entfalten? Ist er noch notwendig und noch zeitgemäß?

Den Journalismus, gibt es den überhaupt? Sind das die Lokaljournalistinnen und -journalisten, die für die wenigen noch existierenden Lokalzeitungen über die Skandale der kommunalen Abfallwirtschaft berichten? Oder ‚die Meute‘ – wie im gleichnamigen Film von Herlinde Koelbl –, die ein Foto oder Statement nach der Nachtsitzung des Kabinetts zu erhaschen versucht? Oder die ‚Alpha‘-Journalistinnen und -Journalisten, die mit Politikerinnen und Politikern am Kamin teuren Wein schlürfen? Die investigativen Datenjournalistinnen und -journalisten, die aus Millionen von Dokumenten einen Skandal namens *Panama Papers* herauspräparieren? Kann man aus der Tatsache, dass es Zeitungen, und vor allem Lokalzeitungen, wirtschaftlich schlecht geht, schließen, dass der Journalismus mittlerweile ins Internet abgewandert ist? Werden nur noch kostenfreie oder Light-Varianten von Information wahrgenommen und bevorzugt? Oder geht das Ergebnis journalistischer Kleinarbeit am Publikum vorbei, weil es die Zuspitzung auf 140 Zeichen einer differenzierten Analyse vorzieht?

## Vom langsamen Niedergang der Lokalpresse

Vor mittlerweile acht Jahren hat Jeff Jarvis (2009) die Wende von der Zeitungskultur zu den Blogs vorhergesagt und zugleich propagiert. Von *Google* zu lernen, so Jarvis (2009), hieße "Do what you do best and link to the rest". Für den Journalismus habe das die Konsequenz, dass man nur noch wenige brauche, nur noch den oder die besten. Der oder die beste solle sich eben im Internet vermarkten und den Rest dem Markt, sprich *Google*, überlassen. 'The winner takes it all' – und die restlichen Journalistinnen und Journalisten sind seither wie vorhergesagt zu einem Leben am Existenzminimum verdammt. Was Jarvis weniger in den Blick nahm, war die gesellschaftliche Rolle und Bedeutung des Journalismus. Wenn nur das erfolgreiche Geschäftsmodell zählt, ist *Google* der Leitstern. Wer Berichterstattung aber als eine gesellschaftlich relevante Aufgabe ansieht, ist nicht unbedingt zu blöd dazu, sich diesem gnadenlosen Geschäftsmodell zu unterwerfen. Er setzt womöglich andere Prioritäten. Jarvis war der erste Prophet in einer Branche, die etwas rascher in den Sog der Zerstörung geraten ist als andere Branchen, die seither vom Silicon Valley ausgehend filetiert werden. Branchenübergreifend hat der Internet-Skeptiker Jaron Lanier diesen Zerstörungsprozess, der uns heute überrollt, an vielen Branchen beschrieben und systematisch analysiert. Für seine Analyse, vor allem in seinem Buch *Wem gehört die Zukunft* (2014), wurde er im gleichen Jahr mit dem *Friedenspreis des Deutschen Buchhandels* ausgezeichnet. Der Dortmunder Zeitungsforscher Horst Röper – die Instanz, wenn es um die kritische Beobachtung der Presse geht – wurde in jahrelanger Mühe nicht müde, von der Monopolisierung der Lokalpresse zu

berichten, die mittlerweile zu einer weitgehenden Monokultur in der Berichterstattung geführt hat. Auch die Auflage der gedruckten Zeitungen ist kontinuierlich über die Jahre gesunken: von 27,3 Millionen im Jahr 1991 auf 15,3 Millionen im Jahr 2016 (vgl. Statista 2017). Röper hat all die Probleme frühzeitig benannt, vor denen die Vielfalt und Lebendigkeit der Lokalberichterstattung mittlerweile kapituliert hat. Im Jahr 2013 resümierte er: „Journalismus ist nicht mehr erstrebenswert. Ich rate allen, tut euch diesen Beruf nicht an“ (Presseportal 2013). Die knappen historischen Schlaglichter lassen die jüngsten Vorwürfe der ‚Lügenpresse‘ in einem anderen, sprich wirtschaftlichen Licht erscheinen. Die Krise des Journalismus begann nicht erst mit dem Vorwurf der Lügenpresse, er ist auch nicht ihr einziges Problem. Die Arbeitsbedingungen von Journalistinnen und Journalisten sind in den letzten Jahren kontinuierlich schlechter geworden. Die 318 Lokalzeitungen mit ihren 11,8 Millionen Lesenden haben immer noch eine weit größere Bedeutung als die sieben überregionalen Tageszeitungen mit ihren eine Millionen Lesenden (vgl. BDZV 2017). Die meisten Zeitungen sind mittlerweile online. Wer sein Augenmerk nur auf aufmerksamkeitsheischende Nachrichtenhypes in sozialen Netzwerken richtet, macht sich die Reichweite und Wichtigkeit dieser Berichterstattung nicht hinreichend klar. Laut des *Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)* werden die Angebote der Tageszeitungen gedruckt und online von täglich 60 Millionen (!) Menschen in Deutschland (also drei von vier der Über-14-Jährigen) rezipiert. Mehrere Studien zeigen unabhängig voneinander, dass das Vertrauen auch der jungen Menschen in die Tageszeitungen gerade bei widersprüchlichen Informationen sehr hoch ist (vgl. ebd.; Feierabend et al. 2016). Der Lokaljournalismus hat dem großen Heer von Journalistinnen und Journalisten Arbeit und Brot gegeben. Für ihn gelten andere Regeln als für die überregionale Berichterstattung, etwa der *Tageschau*, der *Süddeutschen Zeitung* oder in politischen Magazinen (siehe das Interview mit Goodwin 2017 in dieser Ausgabe).

## Lügenpresse und Vertrauensverlust

Während die einen Lügenpresse skandieren und wachsendes Misstrauen und offenen Hass genießen, arbeiten die so geschmähten investigativen Journalistinnen und Journalisten, wie die *Lux Leaks*, unermüdlich daran, skandalöse Finanzverflechtungen oder Machtmissbrauch und die Steuerhinterziehung prominenter Fußballer ans Licht der Öffentlichkeit zu bringen. Wie passt das zusammen? Wer sich für den Vorwurf der Lügenpresse interessiert, wird im *Wikipedia*-Eintrag ‚Kompositum aus der Gruppe der Determinativkomposita‘ fündig. Die Geschichte ist lesenswert. Es ist erstaunlich, in welchen Zusammenhängen diese Anschuldigung von politischen, auch antiklerikalen Gegnerinnen und Gegnern schon seit dem 17. Jahrhundert und später massiv mit dem Bedeutungsgewinn der Presse im 19. Jahrhundert benutzt wurde. Keineswegs hatten in der Geschichte rechte Kreise ein Monopol auf diesen Begriff, er wurde von allen Seiten benutzt. Hauptsache, es ging gegen ‚das System‘. Wohl aber reklamieren es rechte Kreise seit dem 21. Jahrhundert. Lügenpresse hat so gut wie nichts mit der Wahrhaftigkeit des Journalismus zu tun. Vielmehr geht es – und ging es in der Vergangenheit – darum, gezielt das Vertrauen in die Berichterstattung der Medien zu erschüttern. Das Ansinnen scheint auch teilweise gelungen. Mehrere Umfragen aus dem Jahr 2015 belegen, dass das Vertrauen in die Berichterstattung der Medien gesunken ist (siehe Krüger 2017 in dieser Ausgabe). Das schleichende Gift des Misstrauens und der Zersetzung zeigt also Wirkung, auch in Deutschland. Der Vertrauensverlust geht über die Medienberichterstattung hinaus und betrifft auch die Politik insgesamt, der viele Menschen nicht mehr zutrauen, Probleme lösen zu können. In den USA scheint dieser Prozess weiter fortgeschritten zu sein. Wenn Trump sich anschickt, große Politik mit Hilfe von Tweets zu machen und der freien Presse und der kritischen Öffentlichkeit den Kampf ansagt, bis hin zum Schritt, den Quellenschutz abschaffen zu wollen (vgl. z. B. Richter

2017), dann weist diese Missachtung in dieselbe Richtung wie die Lügenpresse-Vorwürfe: Die vierte Gewalt soll mundtot werden. Vertrauen ist die Währung, von der die Macht der Presse und die Pressefreiheit leben.

## Wer ist die vierte Gewalt?

Die Presse schlägt zurück, die Auflage der *New York Times* ist seit Trump in die Höhe geschneit, und neue Stellen für den Faktencheck und die Demaskierung von Desinformation sind eilig eingerichtet worden. In Deutschland ist das Verhältnis von Presse und Politik entspannt, aber deshalb noch lange nicht im grünen Bereich. Die Verbrüderung der Alpha-Journalistinnen und -Journalisten mit den Politikerinnen und Politikern führt schon allzu lange zu ungunstigen Machtverschiebungen in den Säulen der Gewaltenteilung. Medienmenschen halten sich gelegentlich für die besseren Politiker. Die *BILD*-Zeitung gerierte sich als die wahre Hüterin der Demokratie, als sie – angeblich im Dienst einer schonungslosen Verpflichtung zur Wahrheit (und nichts als der Wahrheit) – den Bundespräsidenten Wulff zur Strecke brachte. Angesichts des unrühmlichen Endes kann man die Vorverurteilung als Angriff auf verfassungsmäßige Institutionen werten. Und das Publikum applaudierte der Treibjagd.

Nicht alle Zeitungen gaben sich dem Zeitungssterben klaglos hin. Manche intensivieren gerade den journalistischen Anspruch, der teuer zu halten ist. Die *New York Times* ist in den ‚postfaktischen‘ Trump-Zeiten ein Beispiel für den Anspruch an Wahrhaftigkeit. Auch die *Süddeutsche Zeitung* hat sich – ähnlich wie andere renommierte internationale Tageszeitungen in der Krise sinkender Werbeeinnahmen und Abonnentenzahlen – entschlossen, nicht an der journalistischen Qualität zu sparen, sondern sich auf die Kernwerte des Journalismus zu besinnen: Seriöse und gelegentlich aufwändige Hintergrundberichterstattung, Einordnung der Fakten und Verdichtung zu aufwändigen Reportagen. Fällt es den verbitterten Lügenpresse-Rufern denn

überhaupt noch auf, wenn internationale Kooperationsnetzwerke für investigative Recherchen die Skandale um die *Panama Papers* ans Licht bringen oder in der Hochzeit der Lügenpresse-Anschuldigungen Interviews mit PEGIDA-Anhängerinnen und -Anhängern führen, die vormals treue *Süddeutsche Zeitung*-Lesende waren und ihre differenzierte Sicht darstellen? Zwei von vielen Beispielen, die zeigen, dass sich meinungsrelevante *Mainstream*-Medien keineswegs immer nur mit dem System arrangieren. Den Lügenpresse-Vorwurf zu dekonstruieren bedeutet nicht, die Massenmedien vom Vorwurf gezielter systematischer Meinungsbeeinflussung freizusprechen. Eine ganze Reihe von Faktoren führen zu einseitiger Berichterstattung und müssen als Gründe für den Vertrauensverlust ernst genommen werden. Uwe Krüger hat diese unter dem Begriff der *Mainstream-Medien* – in der gleichnamigen Publikation (2015) – analysiert und detailliert beschrieben (mehr dazu und zu möglichen Konsequenzen für medienpädagogische Arbeit siehe Krüger 2017 in dieser Ausgabe).

## Die Rolle sozialer Netzwerke bei der politischen Meinungsbildung

Es ist eine Aufgabe des guten Journalismus, Geschehnisse und Fakten in größere Zusammenhänge einzuordnen. Gerade in unsicheren Zeiten und angesichts wachsender Komplexität der Zusammenhänge sollte aktuell der Bedarf an Erklärung und Einordnung besonders groß sein. Kann dieser Anspruch von anderen Medien als den tradierten Massenmedien wahrgenommen werden?

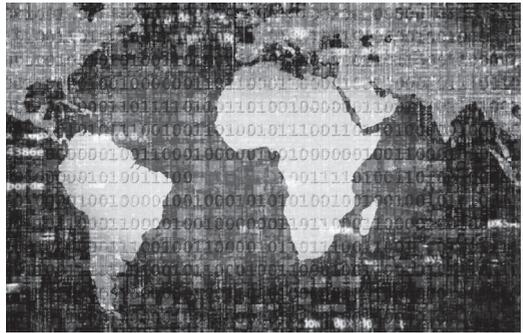
Es spricht einiges dafür, dass die verfassungsmäßige Wahrnehmung der Pressefreiheit und der vierten Gewalt nicht durch *Twitter*, *Facebook*, *Apple* und *Google* kompensiert werden kann. Wie sich immer wieder zeigt, haben diese Konzerne kein verfassungsrechtliches Verständnis von ihrer Rolle, und Bedeutung für ein demokratisches Staatswesen und für die Presse. In Konfliktfällen haben sie sich oft aus der Verantwortung gezogen und sich auf die

Seite der herrschenden Politik gestellt, wie es gerade aktuell *Apple* mit der Sperrung der App der *New York Times* in China getan hat (vgl. Kreye 2017).

Die mächtigen Kommunikations- und Informationsplattformen im Internet, bei denen die stärksten Nachrichten- und Kommentarflüsse und damit ein wesentlicher Teil der Meinungsbildung vorstatten gehen, verstehen sich nicht als verfassungsmäßige Gewalt, sondern als international agierende privatrechtliche Konzerne. Viele Hinweise der Vergangenheit zeigen diese Tendenzen im Selbstverständnis, wobei sich das allerdings auch ändern könnte, wie eine aktuelle Maßnahme von *Facebook* zeigt (vgl. z. B. Jannasch 2017). Fake News, über die sich genügend Nutzende beschwert haben, will *Facebook* demnächst durch einen Hinweis kenntlich machen, der auf den mangelnden Wahrheitsgehalt hinweist. Eine (in Zahlen: 1!) Stelle wird eingerichtet, die die Informationen nachrecherchiert und bereitstellt. Es bleibt abzuwarten, ob *Facebook* eher daran gelegen ist, die drohende Gefahr eines geschäftsschädigenden Schmutzel-Image abzuwehren oder ob es den Wandel zu einem seriösen journalistischen Unternehmen anstrebt. Hat *Facebook* verstanden, dass Vertrauen eine Basis fürs Geschäft ist?

## Algorithmen statt Redaktion

Zur Verschärfung des Problems im Umgang mit der Komplexität und Problematik des Einordnens trägt der schiere Umfang an Nachrichten und Kommentaren im Internet bei. Algorithmen bei den Internetanbietern sortieren die Informationen, die Nutzenden vor Augen kommen, und zwar nicht nach journalistischen Kriterien der Relevanz. Algorithmengesteuert kommt Rezipierenden immer mehr von dem unter die Augen, was sie in der Vergangenheit angeklickt haben. Wenn Nutzerverhalten und alles, was der eigenen vorgängigen Meinung entspricht, zum Maßstab der Selektion wird, läuft die beste journalistische Arbeit, und sei sie noch so sorgfältig und wahrheitsgemäß, ins Leere (siehe Rohde 2017 in dieser Ausgabe). Den



CCO Pete Linforth\_pikabay

### *Algorithmen sortieren Nachrichten im Internet*

eigenen Voreinstellungen Widersprechendes wird ausgeblendet, bevor Rezipierende es überhaupt zur Kenntnis nehmen können. Wo zuvor irritierende Informationen kognitive Dissonanzen und damit Denk- und Suchprozesse auslösen konnten, bekäme nun Bildung nicht einmal mehr eine Chance. Sozialpsychologisch wäre dies der Weg des geringsten kognitiven Aufwands und begünstige Denkfaulheit. Ein solches Nachrichtenuniversum, bestehend aus Vorurteilen und ihrem medialen Pendant, den Filterbubbles, wäre eine zutiefst besorgniserregende Dystopie (siehe Wörz 2017 in dieser Ausgabe). Zugleich wird mit dem Vertrauensverlust in die Massen-, System- oder Mainstream-Medien das Manipulationspotenzial insbesondere sozialer Netzwerke an den Beispielen der Brexit-Entscheidung und der Trump-Wahl deutlich. Die Politikberatungs- und Wahlmanagement-Agentur *Strategic Communications Laboratories* soll beide Entscheidungen mit Hilfe von Big Data und gezielter Meinungserforschung in den sozialen Netzwerken mit herbeigeführt haben (vgl. Grassegger/Krogerus 2016). Aktuell ist häufig die Rede vom Einfluss durch massenhafte, gezielte und strategisch platzierte Lügen und Desinformation innerhalb der Berichterstattung zur Bildung der öffentlichen Meinung, unter anderem in den Wahlkämpfen der USA, in Frankreich und womöglich auch in Deutschland, etwa durch den russischen Propaganda-Kanal *RT* (März 2017). Noch fehlen belastbare Beweise, aber Hinweise sind vorhanden und besorgniserregend. Wie anfällig ist die öffentliche



Wer sucht, findet Alternativen zum Mainstream

Meinung für eine Manipulation in großem Stil? Vermitteln *Facebook* und Co. politische Informationen, verstärken sie oder verzerren sie diese? Werden soziale Netzwerke als einzige, als wichtige oder als ergänzende Quellen für Informationen genutzt und vielleicht sogar als glaubwürdiger eingestuft als die *Mainstream-Medien*? Das ist insbesondere für jüngere Mediennutzende eine Frage von eminenter Wichtigkeit. Nur auf der Grundlage empirischer Daten zur Rezeption lässt sich abschätzen, ob die Rolle sozialer Netzwerke für die Meinungsbildung so bedeutsam ist, wie sie oft dargestellt wird, oder ob das möglicherweise einem verzerrten Abbild der Wirklichkeit entspricht, das durch die Resonanz in den Massenmedien verstärkt oder gar erzeugt wird (siehe Hasebrink et al. 2017 in dieser Ausgabe).

## Hoffnungsschimmer? – Alternative Informationsportale

„Es waren einmal ein paar Mutige, die sich trotz aller Widrigkeiten unbeirrbar auf den steinigen Weg machten ...“, so in etwa könnte die Geschichte der alternativen Informationsportale beginnen, wenn sie denn ein Märchen wäre. Wer sich die Zeit nimmt, nach Alternativen zum Mainstream zu suchen, wird fündig. Es gibt ihn, man findet ihn ohne viel Mühe, und er hat auch meistens ein sehr frisches Gesicht. Man sollte allerdings nicht gleich etwas wie *SPIEGEL ONLINE* erwarten. Man wird aber belohnt mit der einen oder anderen Perle. Am

bekanntesten dürfte wohl das Blog *netzpolitik.org* sein, das sich auf Fragen der digitalen Demokratie spezialisiert hat und an journalistischer Qualität in diesem Spezialressort wohl alle reichweitenstärkeren klassischen Medien in den Schatten stellt. Ganz anders gehen die *Krautreporter* vor: Sie versuchen ihr Glück mit crowdfinanzierten Recherchen. Ebenso wie *CORRECTIV*, das sich einem explizit politisch investigativem Auftrag verschrieben hat. Man findet lange Geschichten, das Bekenntnis zu einem subjektiven Journalismus, der ins Geschehen eintaucht, die Lebensgeschichten von Menschen einfängt, bewusst subjektiv ist und sich auf die Seite der Betroffenen stellt. Hier zeigen sich neue journalistische Formate, die in den USA schon sehr viel weiter verbreitet sind.

Allerdings haben es neue Blogs und journalistische Formate, wenn sie sich ohne Rückgriff auf die Etablierten wie *ARD* oder *DER SPIEGEL* komplett aus eigener Kraft bestreiten wollen, in Deutschland besonders schwer. Deutschland hat im internationalen Vergleich ein sehr gutes und erfolgreich etabliertes Medienangebot. Es liegt letztendlich im Blick der Nutzenden, ob sie auf diese neuen Portale zugreifen, oder eben nicht. Wem umfangreiche Berichte zu lang sind, mag gern auch einen Blick auf *bento* werfen, das sich von der Aufmachung und dem Themenzuschnitt eher an junge Leute richtet. All diese Portale lohnen einen Blick oder mehr, denn sie zeigen die unterschiedlichen Wege, die der Journalismus gehen kann, um womöglich in der Zukunft erfolgreich zu sein. Die vielen sehr interessanten Formate, die sich zwischen Berichterstattung, Satire und Kommentar entwickelt haben, allen voran *LeFloyd* oder Jan Böhmermann, seien hier nur am Rande kurz erwähnt. Der Anklang, den diese Angebote bei jungen Menschen finden, spricht womöglich dafür, dass junge Menschen es – neben den etablierten journalistischen Qualitäten – schätzen, Position zu beziehen und Flagge zu zeigen. Insofern bleibt offen, ob die märchenhafte Geschichte von den Mutigen, die neue Wege gehen, wie ein gutes Märchen auch ein Happy End haben wird.