

Ringvorlesung Sommersemester 2021

„Wissenschaft und Macht zwischen Fake und Fakt.“

„Nachrichten - Fake News/Wie vertrauenswürdig sind Nachrichten?“

Prof. Bernd-Peter Arnold, 21.04.2021

Beim Nachdenken über diese zentrale Frage unserer Zeit habe ich überlegt, ob ich historisch beginnen soll, etwa mit dem Peloponnesischen Krieg im 5. Jahrhundert vor Christus. Von einem Journalisten erwarten Sie aber zu Recht einen aktuellen Einstieg. Der Peloponnesische Krieg kommt später!

Also das Neueste zum Thema:

„Für die Fake-News gilt in Deutschland inzwischen eine neue Definition: Fake-News = alles, was die Bundesregierung gerade nicht hören möchte.“

Dies ist wörtlich zitiert aus dem Buch „Corona Fehlalarm?“ von Dr. Carina Reiss und Dr. Sucharit Bhakdi. Sie ist Professorin an der Universität Kiel. Er war bis zu seiner Pensionierung Leiter des Instituts für Medizinische Mikrobiologie und Hygiene an unserer Johannes Gutenberg-Universität. Beide Universitäten haben sich inzwischen von der Autorin und dem Autor distanziert.

Das Buch bedient Verschwörungstheorien und Fundamentalkritik an den Medien unter „wissenschaftlicher“ Flagge und diskriminiert natürlich die Wissenschaft insgesamt. Gleichsam zum Trost sagte dieser Tage ein Kollege: „Dummheit kann man nicht mit Meinungsfreiheit begründen.“

Verschwörungstheorien und Fake-News haben in der Regel in Krisenzeiten Konjunktur. Dies können politische Krisen wie die Amtszeit von Donald Trump, Katastrophen oder Pandemien sein. In Krisensituationen greift ein Phänomen Platz, das die Kommunikationswissenschaft bereits seit Jahrzehnten beobachtet: die kognitive Dissonanz. Menschen neigen dazu, Informationen, die die eigene Position bestätigen oder stärken, eher zur Kenntnis zu nehmen oder für richtig zu halten als Informationen, die dieser widersprechen. Die wichtige Regel für wissenschaftliches Arbeiten „Verifizieren **und** Falsifizieren“ wird dann - wie der skizzierte Fall Bhakdi zeigt - sogar von Leuten außer Kraft gesetzt, die sich Wissenschaftler nennen.

In Bezug auf das Vertrauen der Gesellschaft in die Medien werden diese seit Jahren von wirklichen Wissenschaftlern widerlegt.

In den zurückliegenden etwa fünf Jahren ist das Medienvertrauen in Deutschland besonders häufig untersucht worden. Mehrere intensive Studien haben sich mit diesem für die Gesellschaft wichtigen Thema beschäftigt. Einzelbefragungen gab es immer wieder, aber in den letzten Jahren wurde das Medienvertrauen auch über die Zeitachse intensiv beobachtet. Eine große Rolle spielt dabei die inzwischen als „Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen“ bekannt gewordene Untersuchung des Instituts für Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität.

Zunächst aber zu einer aktuellen Studie des Instituts „infratest-dimap“:

- Feldzeit der Studie: 23. September bis 5. Oktober 2020.
- Veröffentlichung: 12. Oktober 2020.
- Zahl der Befragten: 1001 Wahlberechtigte in Deutschland.

Nach dieser Studie sind die Medien in Deutschland noch glaubwürdiger als vor einigen Jahren. 67 % der Befragten halten die Informationen in den Medien alles in allem für glaubwürdig. 2015 lag dieser Wert bei 52 %. Die Corona-Berichterstattung wird von zwei Dritteln als positiv bewertet. Tageszeitungen sowie öffentlich-rechtliches Radio und Fernsehen werden von zwei Dritteln bzw. vier Fünfteln als glaubwürdig eingeschätzt. Boulevardpresse und Social Media gelten als weniger glaubwürdig. Hauptinformationsquellen sind insbesondere in Krisenzeiten öffentlich-rechtliches Radio und Fernsehen. Für 83 Prozent ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk (Radio und Fernsehen) unverzichtbar.

Weitere Details aus der „Infratest-dimap“-Studie:

Bewertung der Corona-Berichterstattung mit „sehr gut“ oder „gut“:

Öffentlich-rechtliches Fernsehen	82%
Öffentlich-rechtliches Radio	74%
Tageszeitungen	68%
Privates Fernsehen	38%
Privates Radio	37%
Youtube	12%
Boulevardpresse	11%
Facebook	9%
Twitter	4%
Instagram	4%

Auf die Frage „Gibt es politische Einflussnahme auf die Berichterstattung der Medien“ „und glauben Sie, dass den deutschen Medien von Staat

und Regierung vorgegeben wird, worüber sie berichten sollen“ antworten 60% „nein, glaube ich nicht“ und 35% „Ja, glaube ich.“ Interessanterweise ist der Wert 1 in den letzten 5 Jahren um 6 Prozent gestiegen. Der Wert 2 ist um 7 Prozent gesunken. - Dies trotz Verschwörungstheorien und Lügenpressediskussion.

In der „infratest-dimap“ Studie wurde auch aktuell die Glaubwürdigkeit der Medien generell, also unabhängig von der Corona-Krise erfragt. Fragestellung: „Ich nenne Ihnen jetzt einige Medien. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob sie diese für glaubwürdig oder wenige glaubwürdig halten.“

Die Ergebnisse - „glaubwürdig“:

Öffentlich-rechtliche Radiosender	82%
Öffentlich-rechtliche Fernsehsender	79%
Tageszeitungen	74%
Internetangebote öff.-r. Sender	63%
Internetangebote v. Zeitungen	45%
Private Radiosender	44%

Private Fernsehsender	29%
Internetangebote priv. Sender	22%
Youtube	18%
Twitter	7%
Facebook	7%
Boulevardpresse	6%
Instagram	5%

Die „Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen“:

Sie kommt zu sehr ähnlichen Ergebnissen. Die Studie ist umfangreicher und - wie gesagt - über einen längeren Zeitraum angelegt. Daher bringt sie wesentlich mehr Details und erlaubt einen Überblick im Zeitverlauf. Die scheinbaren Abweichungen liegen an der unterschiedlichen Fragestellung.

Einige Stichworte: Das Vertrauen in öffentlich-rechtliches Radio und Fernsehen ist hoch. Die Werte für das Internet sinken. Das Medienvertrauen ist insgesamt hoch. Die Minderheit, die den Medien nicht vertraut, verfestigt sich. Hier zeichnet sich eine Polarisierung ab. Wie stark die Übereinstimmung der Mainzer Langzeitstudie mit der aktuellen „infratest-dimap“-Studie ist, zeigt die folgende Tabelle:

Vertrauen in Mediengattungen 2019 „sehr/eher vertrauenswürdig“:	
Öffentlich-rechtliches Fernsehen	67%
Privates Fernsehen	28%
Tageszeitungen	66%
Überregionale Tageszeitungen	55%
Regionalzeitungen	65%
Boulevardzeitungen	7%
Nachrichten auf Seiten von Suchmaschinen/Internetangeboten	21%
Nachrichten auf Social Media	10%
Nachrichten auf alternativen Nachrichtenseiten	12%

In der **Mainzer Studie** wird auch das Vertrauen in die Medien bei bestimmten Themen untersucht (2019):

Diesel-Skandal	
Voll und ganz/eher	35%
teils/teils	36%
Überhaupt/eher nicht	28%
Islam in Deutschland	
Voll und ganz/eher	22%
teils/teils	41%
überhaupt/eher nicht	33%
Kriminalität von Flüchtlingen	
Voll und ganz/eher	24%
teils/teils	39%
überhaupt/eher nicht	35%
Aufnahme von Flüchtlingen	
Voll und ganz/eher	24%
teils/teils	44%
überhaupt/eher nicht	29%

Hier noch - basierend auf der aktuellen „infratest-dimap“-Studie Daten zum Vertrauen in Institutionen in Deutschland: Fragestellung: „Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Einrichtungen und Organisationen. Bitte, sagen Sie mir für jede, wieviel Vertrauen Sie in sie haben: Sehr großes, großes, wenig, gar kein Vertrauen.“

Die wichtigsten Daten („sehr großes u. großes Vertrauen“):	
Polizei	84%
Bundesverfassungsgericht	80%
Verbraucherzentrale	79%
Stiftung Warentest	79%
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	70%
Bundesregierung	61%
Tageszeitungen	58%
Bundestag	57%
Wirtschaft	49%
Gewerkschaften	47%

Kirchen	24%
Private Rundfunksender	19%

Das Internet mit seinen vielfältigen Möglichkeiten der Manipulation hat die Verbreitung von Fake-News und Verschwörungstheorien naturgemäß verstärkt. Die „gute alte Zeit“ der Mediennutzung ist vorbei. Es gab „klare“ Verhältnisse: „Der Nachkriegsmainstream lautete: Linke lesen SPIEGEL, Konservative die FAZ und bei Radionachrichten und Tagesschau sind alle wieder vereint.“ Das war und ist natürlich Unsinn, denn Fake-News und Verschwörungstheorien sind uralt.

Romy Jaster und David Lunius schreiben in ihrem Büchlein „Die Wahrheit schafft sich ab - Wie Fake-News Politik machen“ (Stuttgart 2019): „Seit Menschen sprechen können, lügen sie sich gegenseitig an. Wir täuschen einander, gehen anderen auf den Leim und geben vor, zu sein, was wir nicht sind. Menschen haben seit eh und je Gerüchte gestreut, Intrigen gesponnen und einander in die Irre geschickt. Schon berittene Boten überbrachten Falschmeldungen. Die antiken Athener versuchten, die ionischen Städte Kleinasiens zu dominieren, indem sie die Lüge verbreiteten, jene seien athenische Gründungen. Viele Fürstenhöfe unterhielten während der italienischen Renaissance spezielle Kanzleien, die Falschnachrichten erfanden und sie im Volk verbreiteten.“

Für den Philosophen Nicolo Machiavelli beruhte erfolgreiche Politik sogar auf der Kunst des Betrugs und der Fälschung. (Machiavelli „Der Fürst.“)

Paradebeispiel für diese Art der Politik ist der Nationalsozialismus. Besonders deutlich wird dies an den Nachrichten über den angeblichen polnischen Überfall auf den Sender Gleiwitz, wodurch letztlich der zweite Weltkrieg ausgelöst wurde.

Auch die Behauptung der US-Regierung im Jahr 2003, und zwar ohne Belege, im Irak lagerten Massenvernichtungswaffen, hatte ja dramatische Folgen und gehört in die Kategorie Fake-News.

Fake-News sind von „falschen“ Nachrichten zu unterscheiden, die aus unterschiedlichen Gründen ständig verbreitet werden. Ich gestehe, dass ich als Journalist viele falsche Nachrichten geschrieben und gesendet habe, allerdings keine Fake-News. Falschmeldungen entstehen etwa durch die Verwendung seriöser Quellen, die ihrerseits Fehlern

aufgesessen sind. Fehler der großen Nachrichtenagenturen werden rasch weltweit verbreitet, da sich praktisch alle Medien dieser Quellen bedienen.

Zwei Beispiele: Im Jahr 1964 meldete die Deutsche Presseagentur aus Moskau, der damalige sowjetische Ministerpräsident Chruschtschow sei gestorben. Die Agentur berief sich auf Kreml-Quellen. Sehr viele Medien brachten die Information, bis die DPA diese zurückzog, weil sie einer falschen Information vertraut hatte. Eine journalistische Fehlleistung, aber keine Fake-News.

Die größte und wichtigste Nachrichtenagentur der Welt, die Associated Press, AP berichtete 1961 über eine Rede, die der damalige Generalsekretär der UNO, Dag Hammarskjöld in Katanga gehalten hatte. Er hatte sie aber nie gehalten, denn er war auf dem Flug zum Veranstaltungsort von Rebellen getötet worden. Die Nachricht basierte auf dem zuvor verteilten Redemanuskript. Man nennt dies „kalt geschriebene Nachrichten“ - ein großes Risiko für jeden Journalisten, der die Bestätigung oder die Freigabe nicht abwartet. Im Zeitalter des irrsinnigen Wettbewerbs von Online-Medien ist diese Gefahr noch größer geworden.

Falsche Nachrichten entstehen auch durch schlichten journalistischen Irrtum, durch Fehleinschätzungen, durch Missverständnisse und durch zu oberflächliche Recherche.

Entscheidend ist, dass keine Absicht im Spiel ist und dass die Fehler korrigiert werden. Um Fake-News handelt es sich indes nicht.

Bei Jaster und Lanius heißt es zum Thema „Fake-News“: „Tatsächlich zeichnen Fake-News ein unwahres Bild der Wirklichkeit. Das bedeutet jedoch nicht, dass Fake-News zwangsläufig falsch sein müssen. Häufig sind sie lediglich irreführend: etwas wird so ausgedrückt, dass über die reine, oft im wörtlichen Sinne wahre, Information hinaus auch falsche Informationen kommuniziert werden.“

Ein gutes Beispiel irreführender Fake-News ist eine Meldung des US-amerikanischen Online-Portals Breitbart aus dem Januar 2017. Nachdem es in der Silvesternacht 2017 vor einer Kirche in Dortmund zu einem Tumult unter überwiegend jungen Männern gekommen war, meldete Breitbart, ein muslimischer Mob habe Deutschlands älteste Kirche in Brand gesetzt. Abgesehen davon, dass die Kirche nicht die älteste ist, war die Meldung im Grundsatz nicht falsch. Es hatte einen Brand gegeben. Eine Gruppe junger, überwiegend muslimischer Männer hatte mit Feuerwerkskörpern geschossen. Eine Rakete war in das Fangnetz eines an der Kirche angebrachten Baugerüsts geflogen und hatte es in Brand gesetzt.

Eine Gefahr besteht natürlich, dass auch hier wieder die kognitive Dissonanz greift. Man glaubt an Fake News, wenn diese in das eigene Weltbild passen. Nur so ist wohl das Verhalten der Trump-Anhänger nach der Präsidentschaftswahl 2020 zu erklären.

Hier setzt auch das an, was die Kommunikationswissenschaft als „Confirmation Bias“ bezeichnet. So erklären sich auch Verschwörungstheorien. Es werden Informationen überbewertet, die das eigene Weltbild stärken - vor allem dann, wenn sie von Personen oder Institutionen kommen, denen man blind vertraut.

Fake-News haben nicht selten fatale Folgen. Das erwähnte Dortmunder Beispiel führte, da die Meldung von „Sozialen Medien“ verbreitet wurde zu einer zum Teil aggressiven Stimmung gegen junge Muslime.

Ein weiteres Beispiel für schlimme Folgen von Fake-News ist der Anschlag im Olympia-Einkaufszentrum in München im Jahr 2016. Ein junger Mann hatte dort mehrere Menschen getötet. Über die „Sozialen Medien“ wurde verbreitet, auch am Stachus in der Münchner Innenstadt werde geschossen und im Hauptbahnhof seien Bomben deponiert. Beides war falsch, aber die Polizei hatte große Probleme, die Informationen richtig zu stellen, zumal auch einige klassische Medien sie aufgegriffen hatten. Nicht allerdings der Bayerische Rundfunk, über den dann aber ein Shitstorm hereinbrach, weil er wichtige Informationen nicht bringe.

In diesem Zusammenhang sei die Studie der Kollegin Birgit Stark von unserer Universität zum Thema Filterblasen und Echokammern erwähnt:

Filterblase: „Es werden dem Nutzer immer die für ihn relevantesten Daten angezeigt. So kommen maßgeschneiderte Angebote zustande, die für die Nutzer zunächst hilfreich sind, weil sie individuell auf ihre Themeninteressen angepasst werden. Kein Nutzer erfährt, was er alles nicht im Newsfeed angezeigt bekommt.“

Echokammern-Effekt: „Der Begriff Echokammern bezieht sich auf Kommunikationsumgebungen, in denen Personen ihre eigene Meinung immer wieder als Echo zurückerhalten. Im Ergebnis erfolgt eine Bestätigung bzw. Verstärkung bestehender Einstellungen und Interessen durch die Wahrnehmung konsonanter Meinungen.“

Von den so genannten „Informationsintermediären“ werden Fake-News eingesetzt, um die Wirkung von Manipulationen im Sinne von Filterblasen und Echokammern noch zu verstärken.

„Warum Fake-News sich im Gehirn festsetzen?“ ist eine Frage, die in dem Buch „Schluss mit dem täglichen Weltuntergang“ von Maren Urner (München 2019) gestellt und aus neurowissenschaftlicher Sicht allgemeinverständlich beantwortet wird. Die Autorin kommt zu

dem Schluss, dass man einmal gespeicherte Informationen nur schwer vergessen könne - selbst wenn man wisse, dass sie falsch sind. Das Gehirn lösche falsche Informationen nicht einfach, wenn sie sich als falsch herausstellen, sondern halte beharrlich an ihnen fest. Mit Korrekturen tue sich das menschliche Gehirn schwer.

Eine Rolle spielt hier auch das Phänomen „FOMO“, „Fear of Missing out.“ Menschen haben in Zeiten der permanent überall verfügbaren Informationen Angst, man könne etwas versäumen. Auch dies bereitet natürlich das Feld für Fake-News und Manipulation.

Eine Gefahr, dass Fake-News und Verschwörungstheorien Erfolg haben, besteht auch darin, dass zunehmend Informationsmedien indirekt genutzt werden. Mit indirekter Nutzung ist die Nutzung von Nachrichtenwebsites über die so genannten Informationsintermediäre zu verstehen: Anstatt die Online-Angebote seriöser Medien wie Tageszeitungen öffentlich-rechtlichem Radio und Fernsehen anzusteuern, werden Nutzer zunehmend über Suchmaschinen oder so genannte Nachrichtenaggregatoren auf Angebote wie Google-News etc. gelenkt. Diese verfügen aber nicht über eigene Redaktionen, sondern stellen lediglich Informationen anderer Anbieter zusammen.

Problematisch in diesem Zusammenhang ist auch die unkritische Nutzung der erwähnten Sozialen Netzwerke. Das Hans-Bredow-Institut an der Universität Hamburg hat hier intensiv geforscht.

Ein Zitat aus einem Aufsatz von Katharina Kleinen-von Königslöw (in Volker Lilienthal/Irene Neverla, Hg. „Lügenpresse“ Köln 2017):

„Es geht den Facebook-Nutzerinnen und -nutzern darum, soziale Beziehungen zu pflegen und sich gegenüber ihrem sozialen Netzwerk zu präsentieren. Vereinfacht ausgedrückt: Wenn sich jemand eine Nachrichtenwebsite anschaut, dann will er wissen, was gerade in der Welt los ist. Wenn jemand ein soziales Netzwerk nutzt, dann will er wissen, was gerade in seiner Welt los ist, und dies gleichzeitig auch anderen mitteilen.“

Der Südwestrundfunk hat in der Sendereihe „SWR 2 Wissen“ (23.11.2020 8 h 30) auf ein aktuelles Problem der Nachrichtengebung hingewiesen. Es geht darum, dass in einigen Bereichen Algorithmen Nachrichten machen.

Ein Beispiel:

Microsoft kam mit seiner Nachrichtenplattform MSN im Frühjahr 2020 zu dem Schluss, dass journalistische Tätigkeiten auch von einem Algorithmus erledigt werden könnten. Dieser - so das Kalkül - könne durch Massenauswertung von sozialen Medien sogar besser als menschliche Redakteure erkennen, welche Themen gerade die meisten Klicks bekommen. Die Inhalte - so heißt es - wählt der Algorithmus künftig selbständig aus und verziert sie auch noch mit Fotos.

Sie erkennen sicherlich leicht den Zusammenhang mit Echokammern und Filterblasen und die Möglichkeiten der Manipulation. Eine „klickorientierte“ Nachrichtenauswahl anstelle einer professionellen und möglichst objektiven lässt Manipulation in der Politik ebenso wie in der Wirtschaft und anderswo zu.

Deshalb ist eine professionelle Nachrichtenauswahl heute wichtiger denn je. Die aufgezeigten Probleme und Gefahren stellen allerdings die „Gatekeeper“, d.h. die auswählenden Redakteurinnen und Redakteure vor massive Probleme.

Und nun kommen wir endlich zum Peloponnesischen Krieg vor mehr als 2500 Jahren

Thukydides, griechischer Flottenkommandeur im Peloponnesischen Krieg, Berichterstatter und Historiker beginnt seinen Bericht mit der Bemerkung: „Was aber tatsächlich geschah in dem Krieg, erlaube ich mir nicht nach Auskünften des ersten Besten aufzuschreiben, auch nicht nach meinem Dafürhalten, sondern bin Selbsterlebtem und

Nachrichten von anderen mit aller erreichbaren Genauigkeit bis ins Einzelne nachgegangen. Mühsam war diese Forschung, weil die Zeugen der einzelnen Ereignisse nicht dasselbe über dasselbe aussagten, sondern je nach Gunst oder Gedächtnis.“

Überlegungen zur Sorgfalt eines Berichterstatters, zu journalistischer Sorgfalt würde man die Äußerungen von Thukydides heute nennen.

In einer Zeit, in der Gerüchte und Meinungen in Form von Fakten real-time publiziert werden können, hat sich die Frage der Korrektheit, der Überprüfbarkeit völlig neu zu stellen.

Verfolgt man kritisch die Verbreitung von persönlichen Erlebnissen, die allenfalls Augenzeugenberichte sind, von Meinungen und individuellen Befindlichkeiten und stellt fest, dass diese in die Medienberichte einfließen – ja für viele gar als ausreichende Information über das Tagesgeschehen betrachtet werden – dann kommt einem ein alter, von manchen möglicherweise als altmodisch und überholt betrachteter Begriff in den Sinn: „Journalistische Sorgfaltspflicht“.

Insbesondere die Medien in den angelsächsischen Ländern England, USA und Kanada arbeiten nach sogenannten „Accuracy-Checklists“. Diese Listen enthalten - eigentlich selbstverständliche – Regeln für sorgfältige journalistische Arbeit. Diese Regeln werden von seriösen Redaktionen insbesondere jetzt, in der Zeit der Flut nicht überprüfbarer Informationen wieder stärker herangezogen. Vor allem dem journalistischen Nachwuchs werden sie an die Hand gegeben. Bill Kovach und Tom Rosenstiel haben in der jüngsten Ausgabe ihres Standardwerks „The Elements of Journalism“ (2014, S. 131) eine aktuelle Checkliste zusammengestellt:

- Is the lead of the story sufficiently supported?
- Is the background material required to understand the story complete?
- Are the stakeholders in the story identified, and have representatives from that side been contacted and given chance to talk?
- Does the story pick sides or make subtle value judgements? Will some people like the story more than they should?
- Have you attributed and / or documented all the information in your story to make sure it is correct?
- Do those facts back up the premise of your story? Do you have multiple sources for controversial facts?
- Did you double-check the quotes to make sure they are accurate and in context?

„Idealfälle, nicht erreichbar, nicht darstellbar“ werden Kritiker sagen. Aber, „googeln“ reicht nicht, will der professionelle Journalismus überleben.

Besondere Aufmerksamkeit in dieser Liste verdient die Frage: „Will some people like this story more than they should?“ Eine klare Absage an den Gefälligkeits-Journalismus – ob bezahlt oder aus Überzeugung für eine Sache oder eine Person. Ob es um Themen aus der Wirtschaft oder der Politik geht – sehr oft (auch in öffentlich-rechtlichen Qualitätsmedien) werden Interessen bedient.

Zum Verifizieren von Informationen gehört im Journalismus – ebenso wie in der Wissenschaft – das Falsifizieren. Die Frage, ob dieser Grundsatz allen Berichterstattern und Gatekeepern bewusst ist, muss wohl ernsthaft gestellt werden. Internetquellen, insbesondere die Sozialen Medien, liefern so viele Informationen zu nahezu allen Themen, dass es leicht ist, für jede Hypothese oder jede Vermutung eine Bestätigung zu finden. Eine hochgefährliche Herangehensweise. Erst das Beachten der Gegenargumente, der Gegenbelege, macht eine Geschichte solide und zuverlässig. Zugegebenermaßen fällt durch das Falsifizieren manches Thema in sich zusammen. Aber der Satz: „Ich werde mir doch meine Vorurteile nicht wegresearchieren“ gilt allenfalls als Karikatur.

Natürlich müssen die Redaktionen der professionellen Medien heutzutage die Sozialen Medien ernst nehmen und sie verantwortungsvoll nutzen. Ihre Rolle als Quellen bei der Nachrichtenauswahl bedarf aber kritischer Überlegungen, zumal die Versuchung angesichts knapper Ressourcen in den Redaktionen groß ist, diesen problematischen Quellen zu viel Gewicht beizumessen. Eine wichtige Frage lautet, wer sich hinter diesen Veröffentlichungen verbirgt. Da sind zum einen die „Bürgerjournalisten“, Menschen mit Zeit und Interesse an Neuem und Interessantem. Ihre Berichte sind in der Regel Zufallsprodukte, die Beschreibung eigener Beobachtungen. Weder die Auswahl der Informationen noch die Darstellung sind professionell. Sie haben allenfalls die Qualität von Augenzeugenberichten. Punktuelle Beobachtungen ohne Hintergrundrecherche sowie persönliche

Bewertungen sind die Basis. Eine andere Gruppe sind die von einem Geschehen Betroffenen, die ihre Eindrücke verbreiten. Hier von Objektivität zu sprechen, wäre sehr verwegen. Und: schließlich die zufälligen Augenzeugen, die ein Ereignis mitbekommen und nun ihre „Sternstunde“ erleben. Selbst wenn man den Bürgerjournalisten und den zufälligen Beobachtern die Qualität von Augenzeugen beimisst: Augenzeugen waren stets und bleiben problematische Quellen, denen ein erfahrener und verantwortungsbewusster Journalist mit allergrößter Vorsicht begegnet.

Emotionen statt „Nachrichten mit Gebrauchswert“. Der angelsächsische Begriff „News you can use“ geht mehr und mehr verloren, wenn persönliche Erlebnisse Betroffener, Befindlichkeiten und Bewertungen Kriterien für das Bringen oder Nicht-Bringen werden. Oft wird berichtet, wie Menschen auf Nachrichten reagieren, welche Meinung sie dazu haben. Betrachtet man einmal über einen gewissen Zeitraum die Informationen, die über die Sozialen Medien verbreitet werden, fällt auf, dass eine sehr große Zahl - vermutlich sogar die meisten - Reaktionen auf Nachrichten sind, die man – gegebenenfalls natürlich online – aus professionellen Medien erfahren hat.

Hier wird deutlich, wodurch nach wie vor – und möglicherweise immer stärker – die Agenda wirklich bestimmt wird. Es sind die großen Nachrichtenagenturen, die die Auswahl treffen und die Vorgaben machen. Die Nachrichtenagenturen sind nun einmal die wichtigsten Nachrichtenlieferanten.

Es stellt sich auch die Frage nach der Nachrichtenauswahl bei den sogenannten „Livetickern“. Auch hier ist natürlich die Gefahr der Manipulation gegeben. Inhalte werden etwa regelmäßig so umgestaltet, dass sie bei Suchmaschinen besonders gut „ankommen“. Neue Überschriften sollen beispielsweise den Eindruck vermitteln, es gebe etwas Neues. Da Click-Zahlen für den Verkauf von Online-Werbung bekanntlich sehr relevant sind, ist Phantasie gefragt, diese zu erhöhen.

Die Nachrichtenselektion für reine Online-Medien und die Nutzung von Sozialen Medien durch die klassischen Nachrichtenredaktionen werfen zwei weitere Probleme auf. Da ist zum einen der sogenannte Echtzeit-Journalismus und dann das überstrapazierte Phänomen der „Breaking-News“.

Sowohl professionelle Journalisten als auch Amateure nutzen nicht selten die technische Möglichkeit, von laufenden Ereignissen (Sitzungen, Pressekonferenzen, Gerichtsverhandlungen bis hin zu Polizeieinsätzen) unmittelbar online zu berichten. Nun tun die klassischen elektronischen Medien, insbesondere das Radio dies seit ihrem Bestehen.

Live-Berichterstattung gehört dort zum Alltag. Der wesentliche Unterschied und die Gefahr der geschilderten aktuellen Online-Berichterstattung bestehen jedoch darin, dass Nachrichten über Ereignisse verbreitet werden, bevor diese abgeschlossen sind oder zumindest einen Stand erreicht haben, der eine zuverlässige Berichterstattung wirklich erlaubt. Sonst entstehen Falschmeldungen und Widersprüche. Aber ist eine solche Nachricht erst einmal publiziert, ist sie kaum noch zu korrigieren.

„Breaking-News“ galt bis vor wenigen Jahren als etwas Besonderes. Ein Ereignis wurde von professionell arbeitenden Journalisten als so wichtig bewertet, dass man ein Radio- oder Fernseh-Programm unterbrach, weil man nicht bis zur nächsten Nachrichtensendung warten wollte. Dies waren schwerwiegende Entscheidungen, und die Verantwortlichen mussten für eine Programmunterbrechung gewichtige Gründe anführen. In den Online-Medien scheint es fast immer nur „Breaking-News“ zu geben – dabei ist der Begriff im Zusammenhang mit einer ohnehin möglichen ständigen Aktualisierung genaugenommen überflüssig.

Professionelle Auswahl, Gewichtung und Gestaltung von Nachrichten sind es, die dem Bürger die Möglichkeit eröffnen, sich ein Bild vom Tagesgeschehen zu machen.

Punktuelle, oft interessengesteuerte Informationen vermögen das nicht. Schon allein die Flut der Informationen, die ungeordnet über die reinen Internetnutzer hereinbricht, überfordert diese.

Ob durch die zusätzlichen Informationskanäle eine insgesamt größere Informiertheit der Gesellschaft erreicht wird, ist zumindest zweifelhaft. Die nordamerikanische Kommunikationswissenschaft spricht von einer Spaltung der Gesellschaft in „Information-Rich“ und „Information-Poor“. Erstere könne sich aufgrund materieller und intellektueller Möglichkeiten alle gewünschten Informationen beschaffen. Letztere begnügen sich mit „Häppchen-Informationen“ aus Boulevard-Medien und dem Internet.

Den traditionellen Qualitätsmedien kommen angesichts der Überflutung der Gesellschaft mit nicht-professionell ausgewählten, gewichteten und gestalteten Informationen nach wie vor und sogar immer stärker fundamental wichtige Aufgaben zu.

Zunächst liefern sie die Informationsbasis, ohne die die Sozialen Medien recht inhaltslos blieben. Durch ihre publizistische Qualität geben sie ihren Adressaten ein immer wichtiger werdendes Instrument an die Hand.

Dieses Werkzeug beschreibt Arthur O. Sulzberger, der langjährige Herausgeber der „New York Times“ mit den Worten:

“You are not buying news when you buy the New York Times. You are buying judgement.“
(Sie kaufen, wenn sie die New York Times kaufen, keine Nachrichten. Sie kaufen Urteilskraft.)

Zum Schluss nochmal eine Rückblende in das fünfte Jahrhundert vor Christi Geburt:

„Thukydides, Flottenkommandant und Berichterstatter über den Peloponnesischen Krieg zu einem Thema auch und gerade unserer Zeit:

„Leichtsinnig sind die meisten bei der Erforschung der Wahrheit und geben sich mit den ersten besten Nachrichten zufrieden.