

Pressemitteilung

## Auf der Suche nach der Superkraft des Journalismus

**Ipr-forum-medienzukunft 2021**

zum Thema „Netzgesellschaft – reloaded. Wie die gesellschaftliche Selbstverständigung wieder gelingen kann“ am 22. Juni in Frankfurt

**Frankfurt am Main, 22. Juni 2021.** Informationsintermediäre und digitale Plattformen prägen zunehmend die Kommunikationsstrukturen der Öffentlichkeit. Ihre ökonomische Algorithmenlogik beschränkt Relevanz auf die Wahrscheinlichkeit, dass ein Nutzer Inhalte als bedeutsam empfindet oder mit diesen interagieren wird. Zu diesem Zweck werden Inhalte personalisiert und individualisiert. Während der klassische Journalismus um Reichweite und Erlöse, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit kämpft, vergiften in sozialen Online-Netzwerken Verschwörungsmythen und Fake News das Meinungsklima. Pluralismus und Demokratie scheinen zunehmend infrage gestellt. Im Rahmen des 12. Ipr-forum-medienzukunft diskutierten am 22. Juni in der Evangelischen Akademie Frankfurt Expertinnen und Experten darüber, wie die gesellschaftliche Selbstverständigung in Zeiten drohender Polarisierung wiederhergestellt werden kann.

**Otfried Jarren**, emeritierter Professor für Kommunikationswissenschaft der Universität Zürich und Honorarprofessor für Publizistik der Freien Universität Berlin, verwies auf die Vorteile sozialer Online-Netzwerke, die individualisierte und personalisierte Services anbieten. „Wir wollen einfache Lösungen“, sagte der Medienforscher, der via Zoom zugeschaltet war. Die Folge sei eine Art „Komplizenschaft aus Bequemlichkeit“. Plattformen würden Kommunikations-, Reputationserfolg und Macht versprechen, aber niemand habe eine entsprechende Kommunikationsverantwortung gelernt. Und obwohl die Glaubwürdigkeit von Social-Media-Plattformen gering sei, würden sie weiterhin benutzt. Im Grunde ergebe sich die eigentliche Infrastruktur der sozialen Online-Netzwerke erst durch deren Gebrauch, analysierte der Medienforscher. Daraus resultiere eine individualisierte, personalisierte Infrastruktur von Öffentlichkeit auf Zeit, während die Gesamtöffentlichkeit, die lange vor allem vom Journalismus organisiert worden sei, verschwinde. Otfried Jarren kritisierte eine oft laute „Präsenzöffentlichkeit“, die zugleich den Verlust an Gemeinschaft bewirke. Umso wichtiger sei eine Regulierung von Software und Plattformen, an der künftig möglichst viele gesellschaftliche Gruppen teilhaben sollten. Für Nutzerschutz und -beteiligung müssten Verfahren und Anlaufstellen geschaffen werden, und die gesamte Gesellschaft müsse an der Gestaltung und Entwicklung von digitalen Plattformen beteiligt werden.

Was die digitale Transformation für die Zukunft des Journalismus beutet, erläuterte – ebenfalls per Zoom – **Anita Zielina**, Director of Strategic Initiatives der Craig Newmark Graduate School of Journalism in New York. Die Zeiten kollektiver Mediennutzung seien vorbei. Nachrichten würden heute orts- und zeitunabhängig, individualisiert und personalisiert konsumiert. Dies geschehe meist mit mobilen Endgeräten und müsse aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer am liebsten gratis möglich sein. Diese „Entbündelung“ von Informationen bedeute den Verlust gemeinsamer Erfahrungswelten. Wirtschaftlich bewirke die sogenannte Gratis-Kultur eine wachsende Abhängigkeit von Werbung als Erlösquelle. Dadurch verliere Journalismus an Unabhängigkeit und wirtschaftlicher Substanz. Deshalb seien in den USA bereits viele lokale Medien verschwunden. Mangle es aber an unabhängigem Journalismus, bewirke dies meist eine Vertrauenskrise für demokratische Systeme und Institutionen.



Als Ausweg aus dem digitalen Dilemma empfahl Anita Zielina einen Journalismus, der mit viel Empathie gesellschaftlich auseinanderdriftende Teilöffentlichkeiten miteinander verbinden müsse. Würden sich Medien als Anwalt ihrer Community verstehen und als Service-Einrichtung für ein informiertes Leben mit gesellschaftlicher Teilhabe begreifen, stelle dies eine Art „Superkraft“ des Journalismus dar. Medien sollten den Fluss öffentlicher Kommunikation „sanft leiten“, außerdem „Mauern gegen Desinformation“ errichten und die Social-Media-Algorithmen „zähmen“, forderte die aus Österreich stammende Journalistin.

Die Zukunft des Journalismus hänge von der sogenannten Value Proposition und der Antwort auf die Frage, welcher Wert geschaffen werden solle, ab, erklärte **Meinolf Ellers**, der für die digitale Strategie der Deutschen Presse-Agentur (dpa) zuständig ist. Junge Leute forderten die Personalisierung von Nachrichten. Daran führe auch für den Journalismus kein Weg vorbei. Es gehe um Rezipientenbindung (Membership) und einen konstruktiven Umgang mit Nachrichten bzw. Informationen. Journalistinnen und Journalisten sollten sich als „Anwalt des öffentlichen Gesprächs“ (Peter Glotz) begreifen und als „Kümmerer“, die an der Entwicklung von Lösungen mitwirken, lautete der Vorschlag von Meinolf Ellers. Dies sei vor allem auf lokaler oder regionaler Ebene wichtig. Das bestätigte auch **Steffi Dobmeier**. Die stellvertretende Chefredakteurin und Leiterin Digitale Inhalte und Strategie der Schwäbischen Zeitung in Ravensburg schilderte, wie sich das Selbstverständnis des Journalismus verändert, und zwar vom Gatekeeping zur Service-Orientierung. Dabei müsse allerdings immer wieder kritisch geprüft werden, ob sich eine Redaktion nicht allein von Nutzungsdaten und Nutzerwünschen treiben lasse. Schließlich gelte es, auch Themen aufzugreifen und anzubieten, von denen die Leserinnen und Leser gar nicht wüssten, dass sie diese erwarten können. Anders seien Kritik und Kontrolle gar nicht möglich.

**Frederic Huwendiek**, Leiter der Online-Nachrichten-Redaktion ZDFheute, machte darauf aufmerksam, Social-Media-Algorithmen ließen sich von Redaktionen auch „überlisten“. Sie könnten gezielt eingesetzt werden, um neue Zielgruppen zu erreichen, die mit klassischen Nachrichten sonst kaum in Kontakt kommen. Außerdem habe die Corona-Pandemie gezeigt, dass Journalismus in Krisenzeiten an Relevanz gewinne. Und was muss geschehen, damit junge Mediennutzerinnen und Mediennutzer Desinformationen von Journalismus zu unterscheiden lernen? Die Buchautorin **Ingrid Brodnig** schlug am Ende des 12. lpr-forums-medienzukunft vor, junge Menschen stärker zu Quellenkritik anzuleiten. Auf diese Weise könne der Neigung begegnet werden, Informationen so auszuwählen und zu interpretieren, dass diese die eigenen Erwartungen erfüllen (Confirmation Bias). Eine Aufklärung über Desinformationen geschehe am besten spielerisch, regte Ingrid Brodnig in ihrem Fazit an. Dabei müsse das Motto zur Vermittlung von Medienkompetenz lauten: „Hier findest Du heraus, wie Du ausgetrickst wirst.“

*Matthias Kurp*

Matthias Kurp ist Professor an der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln

Ca. 6.400 Zeichen

Weitere Informationen unter [www.lpr-forum-medienzukunft.de](http://www.lpr-forum-medienzukunft.de)

Rückfragen an: **Büro Ingrid Scheithauer** | Zedernweg 5 | D-53340 Meckenheim  
Frau Carmen Jentzsch | Tel. 0171 556 82 57 | [jentzsch@ingridscheithauer.de](mailto:jentzsch@ingridscheithauer.de)