Jenseits der Fakten

Wie die sozialen Netzwerke die Berichterstattung ändern und was man daraus lernen kann

Miriam Hollstein

Vom früheren Bundeskanzler Gerhard Schröder (SPD) stammt der legendäre Spruch, er brauche drei Dinge zum Regieren: „BILD, BamS und die Glotze!" Auch wenn es schon in seiner Regierungszeit noch ein paar andere Wege gab, um politische Botschaften einer größeren Bevölkerung zugänglich zu machen, so zeigt der Satz doch, wie sehr sich unsere Welt durch das Internet seither verändert hat. Wir Journalisten der klassischen Medien stehen dabei vor zwei großen Herausforderungen: 1. Wir haben das Nachrichtenmonopol verloren. 2. Fakten haben ihren Wert verloren.

Wer früher wissen wollte, was in der Welt oder in Deutschland passiert ist, kam an uns nicht vorbei. Wir waren nicht nur die Überbringer der Nachricht, sondern wir hatten auch die Deutungshoheit. Wir wählten aus, was am nächsten Tag in der Zeitung stand oder im Fernsehen kam.

Die Welt: ein gigantischer Stammtisch

Heute gibt es zahlreiche Nachrichtenportale, die ihre Informationen im halbstündigen Takt aktualisieren. Mehr noch: Jeder kann sich quasi in Echtzeit über fast jedes größere Ereignis, ob Parteitag, Fußballspiel oder Bauernproteste, auf Twitter, Facebook oder Instagram informieren. Das hat zum einen den Effekt, dass das Nachrichtentempo viel schneller geworden ist. Skandalöse Vorfälle, ein politischer Versprecher – was früher oft unbemerkt versandete, weiß heute binnen Stunden die ganze Republik. Und zweitens: Wer Informationen über ein Ereignis will, hat oft die Wahl zwischen unzähligen Interpretationen. Von Menschen, die dabei waren, aber auch oft von Menschen, die nicht dabei waren und trotzdem eine Meinung dazu haben. Die Welt ist ein gigantischer Stammtisch geworden, an dem wir uns jederzeit informieren und unsere Meinung kundtun können.

Demokratie ohne Kontrolle?

Grundsätzlich ist das positiv. Der Zugang zu Informationen ist demokratischer geworden. Jeder und jede kann sich einbringen. Die Schattenseite: Es findet keine Kontrolle mehr statt, woher die Informationen kommen und ob sie stimmen. Wenn die klassischen Medien falsch berichten, kann man sich beim Presserat beschweren und eine Gegendarstellung erzwingen. Bei den sozialen Plattformen im Internet wie Twitter, Facebook oder Youtube besteht zwar theoretisch die Möglichkeit, eine Löschung zu beantragen. Wer es praktisch schon einmal probiert hat, wird aber schnell an Grenzen stoßen. Meist erhält man die Auskunft, der Beitrag verstoße „nicht gegen die Gemeinschaftsregeln".

Fakten haben ihre Bedeutung verloren

Das zweite Problem der modernen Berichterstattung: Fakten haben ihre Bedeutung verloren. „Gefühle sind Fakten", heißt es heute oft. Das ist Unsinn. Gefühle sind keine Fakten. Aber sie sind für viele inzwischen wichtiger geworden als Fakten. Immer mehr Menschen wollen von den Medien keine möglichst getreue Wiedergabe der Realität, sondern sie wollen eine Bestätigung ihres Weltbilds. Das führt zu der kuriosen Situation, dass manche den traditionellen Medien immer wieder Lügen unterstellen, gleichzeitig aber einen ohne jede Recherche zusammengeschriebenen Artikel eines Internetblogs glauben – wenn er nur ihre Meinung widerspiegelt. Immer wieder verbreiten sich auf diese Weise „Fake news".

Ein Beispiel ist eine angebliche Äußerung der Grünen-Politikerin Renate Künast. Nach der Ermordung einer Studentin in Freiburg durch einen jungen Flüchtling in 2016 kursierte in den sozialen Netzwerken ein Bild mit einem Zitat:

***Links: Trotz Fake news** und vielen Fallstricken kann die Kommunikation in den sozialen Medien verlorenes Vertrauen zurückbringen.*

Foto: Gerd Altmann/pixabay.com

***Miriam Hollstein** ist Chef-Reporterin der Bild am Sonntag und war beim DBV-Medienabend anlässlich der Grünen Woche Impulsrednerin zum Thema soziale Medien.* Foto: Tanja Schnitzler für DBV

„Der traumatisierte junge Flüchtling hat zwar getötet, man muss ihm aber trotzdem helfen." Künast erhielt Morddrohungen für diesen Satz. Nur: Sie hatte ihn nie gesagt.

Mit dem Zwei-Quellen-Prinzip gegen Fake news

Der klassische Journalismus versucht sich mit dem sogenannten Zwei-Quellen-Prinzip vor Fake news zu schützen. Es besagt, dass man zwei unabhängige Quellen für eine Information haben muss, bevor man sie veröffentlichen darf. Aber auch für Nichtjournalisten ist es in den meisten Fällen relativ leicht, Falschnachrichten zu enttarnen. Oft reicht es, im Zweifelsfall einmal per Suchmaschine zu prüfen, ob sich die Geschichte auch bei „seriösen" Medien und nicht nur in irgendwelchen Blogs und auf Facebookseiten findet. Inzwischen gibt es aber auch spezielle Plattformen wie „www.mimikama.at" oder „www.correctiv.org", die sich auf die Aufdeckung von Falschnachrichten spezialisiert haben.

Aber warum ist die Bereitschaft so groß geworden, nicht mehr jenen zu glauben, die in ihrer Berichterstattung Qualitätsstandards einhalten müssen, sondern lieber windigen Plattformen, die oft völlig frei Geschichten zusammenfantasieren? Weil wir das Vertrauen verloren haben. Viele Menschen haben den Eindruck, dass das, was wir berichten, nicht dem entspricht, was sie fühlen und erleben. Dieses Misstrauen trifft nicht nur den Journalismus, sondern generell alle Eliten, besonders auch Politiker und Verbände.

Durch Präsenz in den sozialen Medien Vertrauen zurückgewinnen

Doch wie kann dieses Vertrauen zurückgewonnen und gleichzeitig den veränderten Konsumgewohnheiten von Informationen Rechnung getragen werden? Eine Antwort, die nicht nur für Journalisten gilt: durch eine stärkere Präsenz in den sozialen Medien. Klischeehafte Darstellungen der Landwirtschaft (der „Naturbursche" einerseits versus den rückständigen „Umweltsünder" andererseits) werden inzwischen zunehmend aufgebrochen durch die vielen Landwirte, die auf Instagram, in Blogs, auf Twitter oder Facebook von ihrem Alltag berichten oder auch Fragen diskutieren, die sie in ihrer täglichen Arbeit beschäftigen. Ein Beispiel ist der prämierte „Hofhuhn-Blog" von Ingmar Jaschok oder auch der Twitteraccount des Wanderschäfers Sven de Fries (@schafzwitschern), dem inzwischen über 11.000 Menschen folgen.

Umgekehrt können die sozialen Medien aber auch Darstellungen verzerren. Als bei den großen Bauernprotesten in Nürnberg Mitte Januar vereinzelt Traktoren mit rechtsextremen Emblemen und Sprüchen unterwegs waren, machten Aufnahmen davon in den Netzwerken rasend schnell die Runde und dominierten schließlich die Berichterstattung über die Proteste.

Dennoch bin ich fest davon überzeugt, dass es mit den folgenden fünf Regeln möglich ist, in Zeiten der sozialen Medien eine gute und gewinnbringende Kommunikation zu fördern – und verlorenes Vertrauen wieder zurückzugewinnen.

Fünf Regeln für die sozialen Netzwerke

Die Kommunikation in den sozialen Netzwerken hat ihre eigenen Dynamiken. Wer dort stärker sichtbar sein will, sollte fünf Regeln beherzigen:

1. Seien Sie privat, aber nicht zu privat
Die sozialen Netzwerke leben davon, dass Menschen erkennbar und nahbar sind. Wer im Auftrag einer Institution nur Pressemitteilungen twittert oder postet, wird sein Publikum nicht erreichen. Man sollte sich aber stets bewusstmachen, dass man in der Öffentlichkeit postet – und die Botschaften in der Regel noch Jahre später nachlesbar sind.

2. Füttern Sie die Trolle nicht
Bei der Kommunikation in den sozialen Netzwerken trifft man immer wieder auf Menschen, deren einziges Ziel die maximale Provokation ist. Dialoge mit diesen „Trollen" führen zu nichts. Wenn Sie feststellen, dass Sie es mit einem Troll zu tun haben, beenden Sie die Kommunikation.

3. Bewahren Sie die Ruhe im Shitstorm
Wer sich nach außen erkennbar macht, macht auch Fehler. Ein falsches Wort kann gelegentlich zu einem regelrechten Empörungssturm führen. Der Versuch, sich zu verteidigen, ist oft sinnlos, wenn dieser erst einmal entfacht ist. Hat man wirklich einen Fehler gemacht, sollte man schnell und aufrichtig dafür um Entschuldigung bitten. Und ansonsten die Nerven bewahren: Empörungsstürme ebben oft ebenso schnell ab, wie sie entstanden sind.

4. Zeigen Sie digitale Empathie
Gerade weil einige Menschen im Schutz der Anonymität jeglichen Respekt vermissen lassen, ist es wichtig, sich mit Betroffenen zu solidarisieren. Stärken Sie Menschen, die angegriffen werden, indem Sie öffentlich Unterstützung zeigen.

5. Kommen Sie aus Ihrer Echokammer
Bleiben Sie offen für Menschen, die ganz andere Meinungen vertreten als Sie. Folgen Sie Profilen und Accounts, die andere Weltsichten vertreten. Suchen Sie die Kommunikation, solange diese respektvoll bleibt.