



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

VIELFALT IM WANDEL – MEDIEN UND JOURNALISMUS WEITERENTWICKELN

Ausgabe 2: Mai 2021

tbd



DER DEBATTENMONITOR DER
LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW.
**MEDIENPOLITISCHE DEBATTEN
VERSTÄNDLICH MACHEN.**

Realisiert von:

iRights.Lab 
Think Tank für die
digitale Welt

EINFÜHRUNG: VIELFALT IM WANDEL – MEDIEN UND JOURNALISMUS WEITERENTWICKELN

Das Internet und insbesondere Intermediäre wie soziale Netzwerke, Suchmaschinen oder Plattformen verändern unser Mediensystem, öffentliche Diskurse und die Zugänge zu Informationen. Mit dieser Entwicklung endet die Gatekeeper-Funktion der klassischen journalistischen Medien. Sie bestimmen nicht länger, welche Themen auf welche Weise öffentlich werden. Bisherige **Sende-Empfangs-Strukturen brechen auf** und das zuvor weitgehend stumme Publikum, beginnt zu sprechen. Intermediäre schaffen personalisierte Informationszugänge und dialogischen Austausch. Journalistische Berichte mischen sich mit Inhalten, die Nutzerinnen und Nutzer erstellen, und solchen aus der Öffentlichkeitsarbeit. Zugleich entstehen mit den technologischen Entwicklungen neue journalistische Angebote, andere Recherche-möglichkeiten und neue Wege, um Informationen aufzubereiten. Das wirkt sich auch auf klassische Medien und den Journalismus insgesamt aus. Medien und Journalismus befinden sich in einem **Transformationsprozess**, mit dem sich die Öffentlichkeit in bewegliche Teilöffentlichkeiten aufteilt. Sie entstehen unter anderem durch die Personalisierung von Inhalten online und den gewachsenen Möglichkeiten, sich selektiv zu informieren, um nach Bestätigungen der eigenen Meinung zu suchen.

In diesem Transformationsprozess differenzieren sich Medien aus, entstehen neue Informationsangebote und verändern sich Veröffentlichungs- und Kommunikationsstrukturen grundlegend.

Diese Veränderungen beeinflussen auch das journalistische Arbeiten und die Qualität journalistischer Berichte. Diese definiert sich nicht ausschließlich, aber insbesondere durch Vielfalt. Sie ist das am häufigsten herangezogene Kriterium in der Wissenschaft, **um journalistische Qualität zu definieren**. Denn der Vielfalt im Journalismus wird eine wichtige **demokratische Funktion** zugeschrieben: Sie trägt dazu bei, Bürgerinnen und Bürger umfassend zu informieren, damit sie auf dieser Grundlage politisch teilhaben können. Aus der **Perspektive des Publikums ist Vielfalt** auf der einen Seite das Maß, in dem es unterschiedliche Perspektiven und Meinungen in den Berichten insgesamt wahrnimmt. Auf der anderen Seite erfasst Vielfalt auch die Unterschiede zwischen den einzelnen Medien. Vielfältige journalistische Berichterstattung kann zu **sozialer Toleranz unterschiedlicher Lebensformen beitragen**, indem sie umfassend über die verschiedenen Lebensrealitäten, Werte und Sichtweisen informiert. Damit erfüllt sie eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe. Sowohl Journalistinnen und Journalisten als auch Bürgerinnen und Bürger **bewerten vielfältigen Journalismus als besonders wichtig**.

Die Veränderungen von Medien, Kommunikation und Öffentlichkeit, die der technologische Wandel mit sich bringt, bieten zahlreiche Möglichkeiten, um journalistische Berichterstattung vielfältiger zu machen: Es entstehen diversere Angebote. Es sind mehr unterschiedliche Stimmen zugänglich. Nicht länger gestalten einige wenige durch ihre Informationsauswahl und -aufbereitung öffentliche Diskurse. Zugleich üben diese Entwicklungen Druck auf das Mediensystem aus. Ein Ringen um Aufmerksamkeit und Finanzierungsschwierigkeiten entstehen. Die Konkurrenz und das Tempo nehmen zu. Diese Herausforderungen tragen dazu bei, dass sich Medien und ihre Inhalte teilweise angleichen. Hinzu kommen Dynamiken in intermediären Angeboten, die online und offline Informationszugänge hinsichtlich ihrer Vielfalt beeinflussen. Diese Dynamiken stehen in Verbindung damit, wie die Intermediäre gestaltet sind und wirken sich letztlich auch auf die journalistische Berichterstattung aus. Allerdings ist sie, laut anhaltender Kritik seit den 1960er-Jahren, bereits vor der fortschreitenden Digitalisierung nicht ausreichend vielfältig. Das hängt vor allem mit den personellen Strukturen und Arbeitsabläufen sowie einer mangelnden Sensibilisierung des Personals in den Medienhäusern zusammen. Während sich Technologien in rasantem Tempo weiterentwickeln, sind diese Strukturen träge. Zugleich gibt es breit geteilte Ansätze, wie Journalismus vielfältiger werden kann – in seinen Perspektiven, Themen und Formen. Dabei helfen neue Strategien, Angebote, Finanzierungsmodelle und Technologien. Um zu beurteilen, welche Ansätze tatsächlich hilfreich sein können, lohnt sich ein Blick auf den Stand der Debatte und auf die Entwicklungen, die sich abzeichnen. Denn letztlich bleibt journalistische Vielfalt als demokratischer Wert eine Frage der Gestaltung. Das macht es notwendig, Journalismus in einem Prozess grundlegenden Wandels neu zu denken.

INHALTE

EINFÜHRUNG: VIELFALT IM WANDEL – MEDIEN UND JOURNALISMUS WEITERENTWICKELN	2
DISKURSANALYSE – JOURNALISTISCHE VIELFALT ALS FRAGE DER GESTALTUNG	4
Position 1: Wie Technologien zu mehr Vielfalt beitragen	4
Position 2: Wie Technologien zu weniger Vielfalt beitragen	5
Position 3: Gleiches unter Gleichen	6
Position 4: Journalismus neu denken	8
HINTERGRUND – DREI FRAGEN AN CORNELIA MOTHES	10
FAKTENCHECK – MANGEL AN VIELFALT ALS POPULISTISCHE MANIPULATION	12
ABTAUCHEN – TIPPS ZUR VERTIEFUNG	13
„Der Deutsche Journalismus braucht mehr nichtweiße Recherchen“	13
„Alternative models of financing investigative journalism“	13
„Was sich ändern muss“	13
TERMINPLANER	14
Global Media Forum 2021: Disruption and Innovation	14
DJV-Tagung: Frau macht Medien	14
Weizenbaum Conference	14
QUELLEN	15

DISKURSANALYSE – JOURNALISTISCHE VIELFALT ALS FRAGE DER GESTALTUNG

Durch digitale Angebote werden Stimmen und Themen sichtbar, die der analoge Journalismus zu wenig beachtet. Neue Formen der Berichterstattung entstehen. Doch die Nutzerinnen und Nutzer nehmen in den Informationsmassen nicht das potentiell mögliche Maß an Diversität wahr. Zugleich ringt der klassische Journalismus um Qualität und Vielfalt. Angleichungstendenzen sind erkennbar. Dabei verhaftet die Branche weitgehend in alten Strukturen. Ideen, dem zu begegnen, setzen auf struktureller, finanzieller und technologischer Ebene an.

Position 1: Wie Technologien zu mehr Vielfalt beitragen

Digitale Technologien ermöglichen neue Formen des journalistischen Arbeitens und tragen dazu bei, dass Nutzerinnen und Nutzer auf eine größere Zahl unterschiedlicher Themen und Perspektiven zugreifen können.

Sprechendes Publikum

Nutzerinnen und Nutzer können online ihre Themen, Ideen und ihre Sicht auf die Welt öffentlich mitteilen. So können gesellschaftliche Debatten entstehen, die in der journalistischen Berichterstattung bislang wenig Aufmerksamkeit erhielten. Ein Beispiel dafür ist [#MeToo](#), eine Online-Bewegung, die 2017 in sozialen Netzwerken entstand und sexualisierte Gewalt offenlegte. Ähnliches gilt für [#BlackLivesMatter](#), einer Bewegung gegen anti-Schwarzen Rassismus, die 2020, nach dem Mord an George Floyd, weltweit mehr Menschen als jemals zuvor erreichte. Das führte schließlich dazu, dass Journalistinnen und Journalisten die Themen in klassischen Medien aufgriffen und damit einige Aspekte – zumindest vorübergehend – verstärkt Aufmerksamkeit erhielten. Journalistische Berichte wurden somit hinsichtlich ihrer Themen, Argumente und Perspektiven für eine gewisse Zeit vielfältiger.

Der personalisierte Zugang zu Informationen und Nachrichten über Intermediäre wie soziale Netzwerke und Suchmaschinen spielt für viele zunehmend eine große Rolle. Eine [repräsentative Umfrage aus dem Jahr 2020](#) zu Vertrauen in journalistische Medien ergab: 23 Prozent nutzen personalisierte Zugänge, um sich zu informieren. Nicht-journalistische Quellen sind für 18 Prozent ein fester Bestandteil ihres Informationsverhaltens.

Reichtum an Daten, Darstellungsformen und Themen

Im Digitalen entstehen innovative journalistische Angebote. Das resultiert einerseits aus neuen Möglichkeiten, wie Journalistinnen und Journalisten an Informationen gelangen und andererseits daraus, wie sie Themen aufbereiten. Ein Beispiel dafür ist der datengetriebene Journalismus. Mit der Digitalisierung ist es möglich, auf zahlreiche Datensätze zuzugreifen. In diesen Daten verbergen sich bislang unerkannte Zusammenhänge. Vermutungen lassen sich mit ihrer Hilfe belegen. Hinter den Zusammenhängen liegen gesellschaftlich relevante Sachverhalte wie die [Verbindung zwischen Armut und chronischen Krankheiten](#). Journalistinnen und Journalisten verarbeiten umfangreiche Datensätze und deren Analyse häufig in interaktiven Infografiken, die sie online zugänglich machen, etwa die [Visualisierungen von Zeit Online zur Coronapandemie](#).

Darüber hinaus bilden sich mit der Digitalisierung journalistische Alternativangebote aus, die unabhängig von großen Medienhäusern sind. Häufig widmen sie sich Themen, die klassische Medien eher randständig, einseitig oder nur kurzfristig aufgreifen. [Netzpolitik.org](#) beispielsweise beschäftigt sich mit Freiheitsrechten und der Frage, wie die Digitalisierung diese beeinflusst. [Belltower.News](#) konzentriert sich auf Rechtsextremismus, Rechtspopulismus, gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit und Demokratiegefährdung. [CORRECTIV](#) bezieht Bürgerinnen und Bürger in seine investigativen Recherchen ein. Eine Serviceplattform für Journalistinnen und Journalisten zu Migration, Integration und Asyl in Deutschland bietet [Mediendienst Integration](#). Solche und andere journalistische [Online-Alternativen erproben zunächst neue Medienprojekte](#) und Berichterstattungsformen und transferieren sie zu den klassischen Medienhäusern.

Position 2: Wie Technologien zu weniger Vielfalt beitragen

Mit der Digitalisierung entstehen vielfältigere Inhalte und Medienangebote. Jedoch tragen Dynamiken, die mit bestimmten digitalen Angeboten in Verbindung stehen, dazu bei, dass die sichtbaren Stimmen weniger vielfältig sind, als sie sein könnten. Erste Ansätze versuchen dem zu begegnen, um online mehr und diversere Stimmen sichtbar zu machen.

Paradox der Angebotsvielfalt

Die Möglichkeit, dass sich online mehr Menschen äußern können, führt nicht automatisch dazu, dass die Nutzerinnen und Nutzer vermehrt unterschiedliche Inhalte wahrnehmen. Bei der Suche nach Informationen lassen sie sich online **stärker durch ihre eigenen Themen- und Meinungspräferenzen lenken**, als das bei klassischen Medien der Fall ist. Es kommt zu einer Konzentration auf bestimmte Angebote, da sich die Präferenzen der Nutzerinnen und Nutzer überschneiden. Automatisierte Sortierfunktionen von Intermediären verstärken dies: Bereits häufig angesehene Inhalte erhalten eine höhere algorithmische Relevanz und werden deshalb etwa bei Suchanfragen oder in sozialen Netzwerken an prominenterer Stelle platziert. Dadurch wiederum bekommen diese Inhalte weitere Aufmerksamkeit.

Algorithmische Relevanz: Algorithmen ordnen Online-Inhalte entsprechend der jeweils angenommenen Relevanz für die Nutzerin oder den Nutzer. Grundlage dafür sind ihre Daten, die Algorithmen nach vorgegebenen Kriterien auswerten. Insbesondere in sozialen Netzwerken spielen dabei die Interaktionsraten (Klicks, Kommentare, „Likes“ und „Shares“) der Inhalte eine zentrale Rolle.

Die Vielfalt der Inhalte, die eine Nutzerin oder einen Nutzer erreicht, ist bei Intermediären auch dadurch beschränkt, wie algorithmische Sortierprozesse derzeit gestaltet sind. Das stellt eine **Analyse des Robert Schuman Centre for Advanced Studies** fest, die im Mai 2020 veröffentlicht wurde. Ähnliche Ergebnisse zeigt eine im Juni 2020 publizierte **Untersuchung der Universität Mainz** im Fall von Suchmaschinen: Die meisten Nutzerinnen und Nutzer vertrauen den Suchangeboten und ihren Ergebnissen einschließlich der Relevanzbewertung. Wer jedoch unterschiedliche politische Nachrichten erhalten möchte, müsste zahlreiche der angezeigten Links besuchen und nicht nur die als Erstes ausgespielten, wie es meist der Fall ist. Beide Untersuchungen heben hervor, dass insbesondere politische Maßstäbe für die Funktionsweise der Algorithmen solcher Angebote wichtig sind. Dazu zählt vor allem Transparenz: Die Funktionsweise der Algorithmen muss sowohl für die Nutzerinnen und Nutzer als auch für die Wissenschaft nachvollziehbar sein. Aus genaueren wissenschaftlichen Erkenntnissen lassen sich dann geeignete politische Maßstäbe ableiten. Das sieht das europäische Regulierungsvorhaben **„Digital Services Act“** vor. Der im Dezember 2020 veröffentlichte erste Entwurf fordert, dass die Plattformen auf verständliche Weise erklären, welche Faktoren ihre Empfehlungsalgorithmen beeinflussen. Die Nutzerinnen und Nutzer dürfen diese Parameter laut des ersten Entwurfs auch selbst ändern. Zudem sollen die Betreiber für die Forschung Schnittstellen zu ihren Datenbeständen einrichten. Derzeit befindet sich das umfangreiche Regelwerk noch im Anfangsstadium des Aushandlungsprozesses.

Mensch im Algorithmus

Die Algorithmen, die in Intermediären Inhalte filtern und sortieren, sind von Menschen programmiert. Diese geben vor, welchen Kriterien die Algorithmen folgen. Dabei spielen einerseits wirtschaftliche Erwägungen der Anbieter eine Rolle, etwa die Nutzerinnen und Nutzer möglichst **lange auf dem Angebot zu halten**, weil es ihre Werbeeinnahmen erhöht. Andererseits gelangen durch die Entwicklerinnen und Entwickler gesellschaftliche Stereotype, Bewertungsmuster und auch **strukturelle Missstände** in die Algorithmen. Sie bewerten nicht neutral, sondern nach den menschlichen Vorgaben. Deshalb kommt es immer wieder zu Diskriminierungen, beispielsweise zu rassistischen oder sexistischen Ergebnissen. Der Datenjournalist Nicolas Kayser-Bril untersuchte beispielsweise die Software *Google Perspective*. Sie unterstützt bei der Moderation, indem sie beleidigende Kommentare automatisiert als „toxisch“ bewertet und herausfiltert. **Der Kommentar „Das sage ich als schwarze Frau“ galt zu 75 Prozent als „toxisch“, während das für die Aussage „Das sage ich als Franzose“ nur zu drei Prozent zutraf.** Auch **Facebook-Algorithmen** scheinen diskriminierende Muster zu reproduzieren. **Deshalb strebt das Unternehmen nach eigener Aussage eine interne Untersuchung an.**

Diskriminierungen sind bislang nur über das Ergebnis der algorithmischen Bewertung erkennbar und durch ihre aufwändigen Vergleiche. Auch in diesem Zusammenhang ist Transparenz wichtig, um entsprechende wissenschaftliche Untersuchungen zu ermöglichen und mehr inhaltliche Vielfalt zugänglich zu machen. Zugleich mangelt es in den Entwicklungsteams selbst meist an Diversität. Häufig entwickeln vergleichsweise gut situierte, mittelalte, weiße Männer die Algorithmen. So arbeiteten 2020 **bei Google im technischen Bereich** lediglich 14,2 Prozent Frauen und 2,4 Prozent Schwarze.

Wer am lautesten schreit

Viele können sich äußern, aber **nicht alle wollen das** – insbesondere, wenn es um politische Inhalte geht. Jedoch gibt es Akteure, die vor allem soziale Netzwerke nutzen, um ihre Ansichten gezielt zu streuen und das Meinungsklima zu einem Thema zu beeinflussen. Dazu gehören vor allem **rechtspopulistische und -radikale Akteure**. Die extreme Rechte gibt schon immer eigene Veröffentlichungen heraus. **Mit dem Internet und sozialen Netzwerken vervielfacht sich deren Zahl**, sodass ein eigener Medienkosmos entsteht.

Häufig nutzen solche Akteure die Funktionsweisen sozialer Netzwerke aus, indem sie etwa über gefälschte Profile die Interaktionsraten ihrer eigenen Inhalte in die Höhe treiben. Das hat zur Folge, dass diese Inhalte mehr Aufmerksamkeit erhalten und weitere Interaktionen entstehen. Immer wieder greifen Journalistinnen und Journalisten solche Inhalte auf, da sie die hohen Interaktionszahlen als gesellschaftliche Relevanz interpretieren. Forscher der *Technischen Universität München* belegten 2019 in einer **Studie** ein solches Vorgehen im Fall der Kommunikationsstrategie der *AfD*. Auch Social Bots, also automatisierte Accounts, kommen in diesen Kontexten zum Einsatz: Laut einer **Studie der University of Oxford** stammte ein Drittel aller Tweets während der TV-Debatten im US-Wahlkampf 2016 von Social Bots. 80 Prozent drückten Zusppruch für Donald Trump aus und nur 20 Prozent für Hillary Clinton.

Viele rechtspopulistische oder -radikale Akteure streuen online gezielt Hass und Hetze gegen Personen – insbesondere gegen **BIPOCs („Black, Indigenous, People of Colour“)** –, die öffentlich strukturelle Ungleichheiten benennen und sich für Vielfalt sowie Teilhabe einsetzen. Darüber hinaus hetzen sie generell gegen BIPOCs sowie Lebensrealitäten, die nicht mit ihren ideologischen Vorstellungen zu vereinbaren sind. **Eine repräsentative Umfrage** des *Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft* stellte 2019 fest, dass 74 Prozent der Befragten der Meinung sind, Hassbotschaften gefährden die Vielfalt im Internet, weil sie Menschen einschüchtern und verdrängen. Diese Entwicklungen führen dazu, dass die wahrgenommene gesellschaftliche Realität nicht mit der tatsächlichen gesellschaftlichen Vielfalt übereinstimmt.

22 internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus der Informatik, Publizistik, Kommunikations-, Medien- und Politikwissenschaft veröffentlichten nach einem gemeinsamen Workshop 2020 ein **Papier**, in dem sie fordern, eine neue Definition von Nachrichtenvielfalt zu entwickeln. Denn bislang finden die technologischen Veränderungen und ihre Auswirkungen kaum Berücksichtigung. Sie sind der Meinung, dass die Funktionen, die Nachrichtenvielfalt im hybriden Mediensystem für die Gesellschaft erfüllt, in den Mittelpunkt rücken muss. Um zu ergründen, welche Funktionen das sind, braucht es interdisziplinäre Forschung. Einzelne Forschungsprojekte setzen sich bereits damit auseinander, wie Informations- und Publikationsmedien gestaltet sein müssen, um demokratische Grundwerte wie Vielfalt besser zu berücksichtigen. Hierzu zählt das **europäische Projekt Helios**, das bis Ende 2021 ein dezentrales Netzwerk entwickeln möchte, um darüber den konstruktiven, selbstbestimmten und vielfältigen Austausch zu fördern. Wie eine gemeinwohlorientierte Medienplattform aussehen könnte, fragen sich Forscherinnen und Forscher in dem bis Ende 2022 laufenden **Projekt Coding Public Value**. Verschiedene Software-Angebote sollen dabei helfen, Social Bots und andere strategische Manipulationsversuche in sozialen Medien zu identifizieren: **Hoaxy** visualisiert beispielsweise, wie sich Artikel, Behauptungen und Fakten online verbreiten und **Botcheck.me** ist eine Browser-Erweiterung, um politische Propaganda-Bots auf *Twitter* zu erkennen.

Position 3: Gleiches unter Gleichen

Die journalistische Berichterstattung ist insgesamt nicht ausreichend vielfältig. Sie spiegelt nicht die Diversität an Perspektiven, Akteuren und Themen wider, die gesellschaftliche Realität ist. Einer der Gründe dafür ist finanzieller Druck, der seit einigen Jahren unter anderem durch digitale Angebote und dem damit einhergehenden Medienwandel steigt. Zugleich sind die Redaktionen nicht divers genug aufgestellt, um eine ausreichende Vielfalt der Inhalte zu verwirklichen.

Verschiedene Medien mit gleichen Inhalten

Klassische Medien und qualitativ hochwertiger Journalismus mit aufwändigen Recherchen geraten in **finanzielle Schwierigkeiten**. Online sind zahlreiche Inhalte kostenlos verfügbar. Deshalb entwickeln viele Nutzerinnen und Nutzer die Haltung, für Informationen nicht bezahlen zu wollen. Das führt zu Sparmaßnahmen wie verschlankten Redaktionen, fehlenden Korrespondentinnen und Korrespondenten und zu einer vermehrten Übernahme von bestehenden Inhalten, etwa von Agenturmeldungen. Deshalb **steigt die Anzahl identischer Artikel**, die im selben Wortlaut publiziert werden.

Da die *dpa* in Deutschland die einzig verbliebene Nachrichtenagentur ist, die vergleichsweise viele Themen bearbeitet, greifen die meisten Medien auf deren Meldungen und damit denselben Pool an Inhalten zu.

Sorgfaltspflicht und Agenturprivileg: Das Presserecht legt eine publizistische Sorgfaltspflicht fest, die die Recherche, das Prüfen und die wahrheitsgemäße Wiedergabe von Informationen beinhaltet. Für Agenturmeldungen gilt ein Haftungsprivileg, das es erlaubt, Agenturmeldungen in der Presseberichterstattung zu übernehmen, ohne die Informationen auf ihre Richtigkeit zu überprüfen.

Neben den finanziellen Druck tritt ein zeitlicher. Denn mit den digitalen Angeboten verbreiten sich Informationen teilweise rasend schnell, beispielsweise über soziale Netzwerke. Die Gesellschaft ist weniger auf journalistische Berichte angewiesen. Das trägt dazu bei, dass Journalistinnen und Journalisten ebenfalls vermehrt Pressemitteilungen und Polizeimeldungen übernehmen – teilweise ohne sie ausreichend zu prüfen. Immer wieder kommt es deshalb dazu, dass sich falsche Informationen verbreiten. 2019 veröffentlichte die Polizei beispielsweise eine Pressemeldung bezüglich der Besetzung des Tagebaus Garzweiler. Sie enthielt Angaben, die nicht korrekt waren, jedoch von zahlreichen klassischen Medien verbreitet wurden. Infolgedessen rief der Deutsche Journalisten-Verband (djb) dazu auf, Polizeimeldungen kritisch zu prüfen und Unparteiische vor Ort einzusetzen, da die Polizei immer eine beteiligte Partei sei. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung von 2015 zur Berichterstattung über die NSU-Morde stellt darüber hinaus fest, dass es durch die ungeprüfte Übernahme von Polizeimeldungen, unreflektierte Stigmatisierungen und Ausgrenzungen der Opfer sowie durch ein gewisses Schwarmverhalten dazu kommt, dass sich Diskriminierungen durch Presseberichte fortschreiben.

Verschiedene Redaktionen mit gleichen Inhalten

Ein wesentlicher Grund, warum es an Themen- und Positionsvielfalt in der journalistischen Berichterstattung mangelt, wird bei einem Blick in die Redaktionen von Verlagen und Medienhäusern deutlich. Ähnlich wie bei den Entwicklerinnen und Entwicklern von Software herrscht dort ein weitgehend homogenes Bild, das bereits in den 1960er-Jahren beklagt wurde. Der Mangel an Diversität hinsichtlich der Herkunftsgeschichte, aber auch des Geschlechts, zeigt sich insbesondere in den Chefetagen. Eine Umfrage des Vereins Neue Deutsche Medienmacher*innen ergab: 126 der 134 befragten Chefredakteurinnen und -redakteure der reichweitenstärksten Medien sind Deutsche ohne Einwanderungsgeschichte. Da heute etwa 25 Prozent der deutschen Bevölkerung eine Einwanderungsgeschichte hat, sind sie im Journalismus nicht ausreichend repräsentiert. Der Machtanteil von Frauen in deutschen Leitmedien im Print- und Onlinebereich beträgt laut einer Studie des Vereins ProQuote Medien aus dem Jahr 2019 29,3 Prozent. Eine weitere Untersuchung von 2019 stellt fest: 41 Prozent der betrachteten Artikel aus elf europäischen Ländern sind von Männern geschrieben, während nur 23 Prozent von Frauen stammen. Auch hinsichtlich der Bildungsgeschichte ist der Journalismus wenig divers aufgestellt: Laut Hans Mathias Kepplinger, Kommunikationswissenschaftler an der Universität Mainz, ergeben Studien, dass die Väter von 85 Prozent der Journalistinnen und Journalisten in deutschen Redaktionen Beamte, Angestellte oder Selbstständige sind. Lediglich neun Prozent stammen aus Arbeiterhaushalten.

Aufgrund der strukturellen Benachteiligung bestimmter Menschen im Journalismus, insbesondere in großen Medienhäusern, werden bestimmte Themen und Perspektiven nicht berücksichtigt. Vielmehr kommt es zu Reproduktionen bestimmter Stereotype, Bilder von Normalität und Diskriminierungen. Ein Beispiel dafür ist die Berichterstattung über Menschen, die als muslimisch gelesen werden. Diese Zuschreibung zieht Darstellungen nach sich, die durch antimuslimische Narrative gekennzeichnet sind. Solche Berichte reduzieren die als muslimisch Gelesenen beispielsweise auf ihre vermutete Religiosität, stellen sie als besonders gewaltvoll dar und rücken sie in die Nähe von islamistischem Terror. Aus diesen Gründen diskutiert die journalistische Branche das Thema Diversität in den Redaktionen und Führungspositionen mit großer Dringlichkeit. Konkrete Maßnahmen, um die Vielfalt zu erhöhen, verfolgen die meisten großen Medienhäuser bislang jedoch nicht. 2018 forderte der djb die Medienunternehmen in einer Resolution auf, mehr Vielfalt bei der Auswahl ihrer Beschäftigten abzubilden.

Auch wirtschaftliche Interessen beschränken inhaltliche Vielfalt. Denn eine bestimmte politische Ausrichtung kann sich finanziell lohnen und die Berichterstattung dementsprechend einseitig machen. Das wirkt sich unter anderem auf die Auswahl von Expertinnen und Experten aus. Zusätzlich führen knappe Ressourcen zu weniger aufwändigen Recherchen. Daher greifen Journalistinnen und Journalisten häufig auf dieselben Quellen zurück, wie eine Studie von 2019 aufschlüsselt. Teil dieser Untersuchung ist eine Analyse der Berichterstattung der Süddeutschen Zeitung, die zeigt, dass 83 Prozent der Quellen männlich sind.

Position 4: Journalismus neu denken

Es gibt Wege, die Vielfalt in der journalistischen Berichterstattung zu erhöhen, um ein breiteres Spektrum gesellschaftlicher Realität sichtbar zu machen. Damit das gelingt, müssen neue Konzepte und Fördermöglichkeiten institutionalisiert sowie einige Annahmen hinterfragt werden.

Objektivität bedeutet nicht immer Qualität

Um zu mehr Vielfalt zu gelangen, ist es notwendig, gängige **Strukturen im Journalismus und im klassischen journalistischen Arbeiten zu prüfen, infrage zu stellen und systematisch zu verändern**. Dazu zählt, die Diversität in den **Chefetagen und den Redaktionen zu erhöhen** und dafür sinnvolle Strategien und Programme aufzusetzen. Ein Beispiel hierfür ist die **Organisationsentwicklung der Deutschen Welle**. Sie setzt nicht nur bei der Diversität des Personals an. Vielmehr sieht sie ebenfalls vor, gezielt zu sensibilisieren, was strukturelle Ungleichheiten bedeuten und wie sie sich auf kritische Berichterstattung auswirken. Die **Neuen Deutschen Medienmacher*innen empfehlen**, Rekrutierungsprozesse zu verändern und dabei auch Menschen zu berücksichtigen, die online fernab von Verlagen veröffentlichen.

Diversity: Diversity bezeichnet die Vielfalt von Menschen und Lebensformen und zielt auf die Anerkennung und Wertschätzung aller Menschen ab. Diversity kann als Aushandlungsfolie verstanden werden für gegenwärtige gesellschaftlich diskutierte Themen, wie Anerkennung, Teilhabe, Empowerment sowie Repräsentation und dient als politische Antwort auf die Frage nach dem Umgang mit Vielfalt.

Um mehr Vielfalt zu verwirklichen, muss auch eine bestimmte Auslegung des journalistischen Objektivitätsanspruchs infrage gestellt werden. Einerseits verlangen Berufskodizes vom Journalismus, objektiv und wahrheitsgemäß zu berichten. Objektivität gilt dabei als Qualitätsmerkmal. Andererseits geht ein **großer Teil der Wissenschaft davon aus**, dass Objektivität im Journalismus nicht oder nur in einem deutlich enger gefassten Sinn möglich ist, als es sich der Berufsstand teilweise zuschreibt. Denn formale Qualität ist abhängig von vielen Faktoren wie Genre und Medium, Zielgruppen und erwünschten Funktionen der Berichterstattung. Qualitätsansprüche sind also ein **relatives, normatives und subjektives Konstrukt**, was einem absolut gedachten Objektivitätsanspruch als Qualitätsmerkmal zuwiderläuft. Dieser wird jedoch immer wieder herangezogen, um zu begründen, warum eine von etwas betroffene Person nicht objektiv sein kann. Darunter leidet die Vielfalt und damit letztlich die Qualität. Die eigene Betroffenheit kann dazu führen, **dass sich Personen intensiv mit einem Thema und unterschiedlichen Positionen** dazu auseinandersetzen, was sie zu Expertinnen und Experten macht. Hinzu kommt, dass beispielsweise eine Schwarze Person negativ von Rassismus betroffen ist. Er betrifft jedoch auch Weiße: Sie sind in rassistischen Strukturen privilegiert. Um strukturellen Diskriminierungen etwas entgegenzusetzen, ist es wesentlich, solche Zusammenhänge anzuerkennen.

Neue Finanzierungsmodelle und Technologien fördern

Alternative Modelle journalistischen Arbeitens zeigen ebenfalls Ansätze auf, die zu vielfältigeren journalistischen Inhalten beitragen. Sie knüpfen an die Finanzierungsprobleme der Branche an. Ein Beispiel hierfür ist der **gemeinnützige oder Non-Profit-Journalismus**, der hauptsächlich auf den gesellschaftlichen Mehrwert von Nachrichten und Meinungen abzielt. **Stephanie Reuter**, Sprecherin des *Forums Gemeinnütziger Journalismus*, sieht darin eine Möglichkeit, die Medienvielfalt vor allem in kostenintensiven und nicht skalierbaren Bereichen wie dem Investigativ- oder Lokaljournalismus zu stärken. Hierfür ist es notwendig, diese Form des **Journalismus in das Gemeinnützigkeitsrecht aufzunehmen**, wie es etwa der *Bundesverband Deutscher Stiftungen* fordert.

Projekte des Non-Profit-Journalismus nutzen häufig technologische Entwicklungen, um ihre Angebote oder Inhalte zu verbessern und insbesondere um bedarfsorientiert zu arbeiten. Sie binden Nutzerinnen und Nutzer ein, indem sie etwa Themenabfragen starten, um deren Interessen berücksichtigen zu können und gezielt darauf hinzuarbeiten. Auch kommerzielle Angebote setzen mittlerweile solche Möglichkeiten ein, beispielsweise die Plattform **Merkurist**.

Um Vielfalt in Verbindung mit neuen Technologien und Finanzierungsmodellen zu fördern, schlägt das *Netzwerk Recherche e. V.* vor, **aus Geldern der öffentlichen Hand ein „Labor für digitalen Journalismus“ und „Media Commons Projekte“ zu fördern**. Unter letzteren sind freie digitale Infrastrukturen für Verlage und den Journalismus zu verstehen, die etablierte Medienhäuser und digitale Publisher gemeinsam nutzen können. Innovativer, unabhängiger Journalismus, der zu einer vielfältigeren Informationslandschaft beitragen kann, ist derzeit benachteiligt. Entsprechende Projekte werden weder als gemeinnützig anerkannt, noch erhalten sie Fördergelder. Die **Bundesregierung subventioniert** lediglich den Aufbau digitaler Angebote im Verlagswesen. Nicht darin enthalten sind verlagsunabhängige Portale. Ähnliche Modelle schlägt ein **Forschungsbericht** der *Universität Hamburg* und des *Hans-Bredow-Instituts (HBI)* vor. Er arbeitet alternative Finan-

zierungsmöglichkeiten für investigativen Journalismus auf, wozu ein (internationales) Netzwerk von Journalistinnen und Journalisten zählt. Es ermöglicht länderübergreifende Recherchen und damit eine qualitativ hochwertige und vielfältige Berichterstattung, die über Spenden finanziert werden kann.

HINTERGRUND – DREI FRAGEN AN CORNELIA MOTHES

Cornelia Mothes ist Professorin für Medienmanagement und Journalismus an der *Macromedia Hochschule* in Leipzig und forscht im Bereich Journalismus, Demokratie und Digitalisierung. Im Interview erklärt sie, warum Journalismus gegenwärtig insbesondere Orientierung geben muss, was die Herausforderungen dabei sind und wie das mit digitalen Angeboten zusammenhängt.

Wie nehmen Sie die journalistische Berichterstattung in Deutschland wahr – ist sie Ihrer Meinung nach ausreichend vielfältig?

Die thematische Vielfalt wächst vor allem durch die vielfältigen Mittel, die die Digitalisierung Journalistinnen und Journalisten über vereinfachte Rückkanäle zum Publikum an die Hand gegeben hat, aber auch durch den dadurch entstandenen Druck der Öffentlichkeit auf den Journalismus: Er muss im Internetzeitalter, in dem sich praktisch jede Person zu jedem Thema öffentlich äußern kann, seine Aufgabe und Integrationsfunktion für die Gesellschaft deutlicher denn je unter Beweis stellen.

Diesen Druck spüren Journalistinnen und Journalisten noch stärker, wenn es um die Vielfalt von Informationen und Argumenten geht. Wir erleben hier seit geraumer Zeit und mit wachsender Brisanz und Komplexität globaler Themen wie Klimawandel, Covid-19-Pandemie oder Migration eine zunehmende Dominanz populistischer Sichtweisen. Sie verschaffen sich oft über soziale Medien und nicht selten verbunden mit der Präsentation „alternativer Fakten“ Gehör. Journalistinnen und Journalisten sind hierbei heute wie nie zuvor in ihrer Orientierungsfunktion gefragt: Welche Sichtweise sollte gehört werden? Welche Argumente sind wissenswert? Welche der gestreuten Informationen beruhen auf Fakten und welche auf gezielt zur Manipulation eingesetzten Desinformationen? Traditionell lösen Journalistinnen und Journalisten eine solche Unsicherheit im Rahmen ihrer Sorgfaltspflicht durch intensive Recherche. Dies tun sie auch weiterhin, nur dass diese Tätigkeiten heute ganz neue Dimensionen erreichen: In den vergangenen Jahren sind in vielen Redaktionen Faktencheck-Formate ausgebaut worden. Darüber hinaus vernetzen sich Journalistinnen und Journalisten zunehmend auch in unabhängigen Fact-Checking-Organisationen, um Informationen zu verifizieren und gezielt Desinformationskampagnen zu entlarven. Der Aufgabe, Vielfalt von Sichtweisen zu gewährleisten, ist heute also immer häufiger die Herausforderung vorgeschaltet, legitime Argumente von illegitimer Manipulation zu unterscheiden. Dies scheint gerade in Zeiten großer existenzieller wie informationeller Unsicherheit, wie wir sie derzeit auch im Falle der Covid-19-Pandemie erleben, von einem Großteil der Bevölkerung durchaus honoriert zu werden – wenn wir uns etwa anschauen, wie sich das zeitweilig erschütterte Vertrauen in den Journalismus zu konsolidieren beginnt und Nutzungszahlen in klassischen journalistischen Angeboten wieder steigen.

Welche Ansätze sehen Sie, um die Vielfalt in der journalistischen Berichterstattung und in den öffentlichen Diskursen zu erhöhen?

In unserer digitalen Informations- und Kommunikationsgesellschaft wäre es aus meiner Sicht besonders notwendig, auch die Bevölkerung darin zu unterstützen, Wissen über bestehende journalistische Sicherungsmechanismen wie beispielsweise den Artikel 5 des Grundgesetzes oder den Pressekodex des *Deutschen Presserats* zu erlangen, am besten schon frühzeitig durch die Förderung von Medienkompetenz in der Schule. Das würde Vielfalt im öffentlichen Diskurs insofern erhöhen können, als dass sie der Entwicklung unserer Gesellschaft hin zu einer „Post-Truth-Society“ entgegenwirken könnte, in der Vielfalt vor allem meinen würde, dass jeder oder jede das für wahr und richtig hält, was ihr oder ihm am meisten zusagt – unabhängig von jedwedem Realitätsmaßstäben.

Im Hinblick auf Maßnahmen im Journalismus selbst halte ich es für notwendig, dass vor allem die wirtschaftliche Unabhängigkeit des Journalismus gesichert bleibt. Wir haben mit der *Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)* in Deutschland zwar eine institutionalisierte und transparente Kontrollmöglichkeit im Hinblick auf die Verteilung von Meinungsmacht. Allerdings finden heutige Unternehmenszusammenschlüsse oft auf globaler Ebene statt und basieren teilweise auf Kooperationen, die bislang weniger klar rechtlich reguliert sind. Dazu zählen auch Förderungen durch Internetplattformbetreiber wie etwa *Google*, dessen *Google News Initiative* sensibel Einfluss auf die Arbeit von Journalistinnen und Journalisten nehmen könnte. Um sich von wirtschaftlichen Zwängen

zu befreien, läge ein weiterer Ansatzpunkt darin, gesetzlich verbindlichere Grundlagen für alternative Finanzierungsmodelle im Journalismus zu schaffen, etwa für stiftungsbasierte Modelle im Sinne des Gemeinnützigkeitsrechts.

Wie müssen Technologien künftig gestaltet werden, um mehr Vielfalt zu gewährleisten?

Worauf müssen Politik, Gesellschaft und Anbieter achten?

Algorithmen nehmen in unserem Informations- und Kommunikationsalltag einen wesentlichen Platz ein. Sie erleichtern es, uns in der Flut von Inhalten zu orientieren, indem sie uns basierend auf unserer eigenen Nutzungshistorie – unseren digitalen Fußabdrücken im Internet sozusagen – Angebote machen: Welche Themen könnten für mich wichtig sein? Für welche Akteure, Argumente und Inhalte könnte ich mich interessieren? Dies kann auch für den Journalismus nützlich sein, um die Vielzahl an Inhalten für Nutzerinnen und Nutzer zu personalisieren – gerade, wenn sie andernfalls in Gefahr geraten, sich im Zuge eines vermehrt empfundenen „Information Overload“ gar nicht mehr zu informieren. Um in diesem Zusammenhang aber Vielfalt aufrechtzuerhalten, liegt es essenziell in der Verantwortung journalistischer Medien, Personalisierung offenzulegen und über die Aufklärung von algorithmensbasierten Entscheidungshilfen die Selbstbestimmung der Nutzerinnen und Nutzer zu erhalten. Dies erscheint mir nicht nur für den Journalismus in seiner außerordentlichen Funktion als Träger einer öffentlichen Aufgabe eine wesentliche Maßnahme zur Sicherung von Vielfalt durch Transparenz. Die Offenlegung von technisch basierten Personalisierungsprozessen wäre aus meiner Sicht auch außerhalb journalistischer Angebote eine wichtige Grundlage, um Selbstreflexionsprozesse bei Nutzerinnen und Nutzern in ihrem Umgang mit digitalen Medien zu fördern. Diese Selbstreflexionsprozesse könnten eine wesentliche Stellschraube für Vielfalt im digitalen Zeitalter sein, da sich menschliche Einseitigkeit durch Künstliche Intelligenz, also lernende Algorithmen, verstärkt und damit die Vielfalt der individuellen Informations- und Kommunikationsumgebung wesentlich beeinträchtigen kann.

FAKTENCHECK – MANGEL AN VIELFALT ALS POPULISTISCHE MANIPULATION

Das Bild, das journalistische Medien zeichnen, ist nicht divers genug und weist gewisse Tendenzen der Homogenisierung auf. Deshalb ist es jedoch noch lange nicht bewusst einheitlich – wie es vor allem rechtspopulistische Akteure behaupten. Der Faktencheck wirft einen Blick hinter diese Perspektive und die hervorgebrachten Argumente.

BEHAUPTUNG

Der Journalismus steckt in einer Qualitätskrise, die vor allem daher rührt, dass journalistische Eliten ein bewusst einheitliches und ausschnitthaftes Bild in den Medien vermitteln.

ARGUMENTE

Diese These mag zunächst wie eine logische Schlussfolgerung aus zentralen Erkenntnissen der Diskursanalyse erscheinen, die Mängel hinsichtlich Vielfalt als Qualitätsmerkmal der journalistischen Berichterstattung verdeutlicht. Diese Mängel entstehen unter anderem dadurch, dass die meisten großen Medienunternehmen Diversität nicht strukturell fördern. Deshalb entspricht die gesellschaftliche Vielfalt in den Inhalten nicht der tatsächlichen Vielfalt der Gesellschaft. Hinzu kommen Homogenisierungstendenzen in bestimmten Bereichen. Sie sind mit den Entwicklungen der Digitalisierung und Ökonomisierung zu erklären. Die Kritik an mangelnder Vielfalt und die Debatte darüber findet differenziert, auf Grundlage verschiedener sachlicher Argumente, wissenschaftlicher Untersuchungen und Statistiken statt.

Die Behauptung – im Sinne einer Machtthese –, dass eine journalistische Elite ein einheitliches Bild kreiert, vertreten insbesondere Rechtspopulistinnen und -populisten sowie ein politisch entfremdetes Milieu. Sie stellen die Probleme hinsichtlich der Vielfalt in journalistischen Berichten ausschnitthaft dar, reißen einzelne Argumente aus dem tatsächlichen Kontext und setzen sie in einen komplett anderen Zusammenhang. Dieser lässt sich faktisch nicht belegen. Entsprechende Akteure sehen eine Qualitätskrise, die einen Verlust an Glaubwürdigkeit bedeutet und die dadurch gekennzeichnet ist, dass sich Medien und Politik absprechen, um gemeinsame Ziele zu verfolgen. Im Journalismus finde eine linke Verzerrung statt, die sich unter dem Mantel der politischen Korrektheit verstecke. Diese Darstellungen bilden den Kern des „Lügenpresse“-Vorwurfs, der sich seit 2014 stark verbreitet, beispielsweise in rechts-alternativen Medien, Kommentarspalten journalistischer Medien oder in Büchern. Weiteren Aufschwung erhielten solche Vorwürfe mit dem US-Präsidentenwahlkampf Donald Trumps im Jahr 2016, der diese Erzählformen auch während seiner Amtszeit weiter nährte. Diese rechtspopulistischen Narrative lassen sich durch eine wissenschaftliche Prüfung nicht belegen. Sie dienen dazu, mangelnde Vielfalt in dem Sinne zu attestieren und zu kritisieren, dass diese ideologischen Narrative in journalistischen Berichten keine Rolle spielen.

Dahinter steht auch ein Misstrauen in den Journalismus. Die Universität Mainz fand in einer Umfrage zum Medienvertrauen unter 1.200 Bürgerinnen und Bürgern in Deutschland heraus, dass 18 Prozent der Befragten der Aussage zustimmen: „Die Bevölkerung in Deutschland wird von den Medien systematisch belogen.“ Zugleich können sich rechts-alternative Akteure und Medien über den Vorwurf der journalistischen Verschwörung als Expertinnen und Experten in diesem Bereich darstellen und ihre Erzählung im Sinne einer durch das System unterdrückten Stimme weiterverbreiten. Die Behauptung ist damit ein Mittel der Instrumentalisierung.

ABTAUCHEN – TIPPS ZUR VERTIEFUNG

„Der Deutsche Journalismus braucht mehr nichtweiße Recherchen“

Welche Perspektiven fehlen bislang im Journalismus? Was bedeutet das für das Publikum? Was steht mehr Vielfalt entgegen? In der Videoaufzeichnung eines Webinars von Netzwerk Recherche e. V. erörtern die Filmemacherin Asli Özarslab und der freie Journalist Mohamed Amjahid, wer in Deutschland journalistische Recherchen durchführt und warum das so ist. Die von ihnen attestierte weiße männliche Perspektive schafft eine vergleichsweise gleichförmige Informationsgesellschaft – gemessen daran, wie vielfältig unsere Gesellschaft ist.

Netzwerk Recherche, Oktober 2020

„Alternative models of financing investigative journalism“

Qualitativ hochwertiger Journalismus braucht Vielfalt, die mitunter durch investigative Recherchen entsteht. Sie sind aufwändig und damit kostenintensiv. Das läuft den derzeitigen Finanzierungsschwierigkeiten der Branche entgegen. Die Analyse von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Universität Hamburg und des Hans-Bredow-Instituts (HBI) schlägt Lösungen vor.

HBI, Juni 2020

„Was sich ändern muss“

In der fünfteiligen Serie der Süddeutschen Zeitung (SZ) erklären Medienschaffende aus ganz Deutschland, welche Stimmen sie im Journalismus vermissen, welche wiederkehrenden alltagsrassistischen Erzählungen ihnen begegnen und erörtern, warum Objektivität nicht gleichzusetzen ist mit Weißsein.

SZ, ohne Veröffentlichungsdatum

TERMINPLANER

Global Media Forum 2021: Disruption and Innovation

Die [hybride Veranstaltung der Deutschen Welle](#) greift die Veränderungen auf, die die Digitalisierung für Medien und öffentliche Diskurse mit sich bringt. Dabei konzentriert sie sich insbesondere auf Entwicklungen, die demokratischen Werten widersprechen. Dabei liegt ein Schwerpunkt auf Diversität als Zukunftsstrategie für Qualitätsmedien und der Frage, wie sie umgesetzt werden kann.

TERMIN: 14. und 15. Juni 2021

DJV-Tagung: Frau macht Medien

Auf der einen Seite sprechen mehr Menschen über Diversität, während auf der anderen Seite eine Polarisierung in öffentlichen Diskursen zu erkennen ist. Diesen Entwicklungen widmet sich die [DJV-Tagung](#) und wirft die Fragen auf: Wie gehen wir mit Kontroversen um, auch in der eigenen Branche? Was tun Journalistinnen und Journalisten gegen Hass und Hetze? Wie können wir Diversität in den Medienhäusern besser umsetzen und verankern?

TERMIN: auf Frñhsommer verschoben

Weizenbaum Conference

Dieses Jahr findet die [Konferenz](#) zum Thema „Demokratie im Wandel – Ordnung, Dynamik und Meinungen in digitalen Öffentlichkeiten“ statt. Sie setzt sich mit den vielschichtigen Veränderungen in diesen Bereichen auseinander, die sich unter anderem auf die Vielfalt der Informationslage auswirken. Dabei spielt auch die Frage eine Rolle, wie sich die Normen gesellschaftlicher Relevanz verändern.

TERMIN: 17. Juni 2021

QUELLEN

Behme, Pia: Automatisch Rassismus-Experte? Schwarze JournalistInnen in Deutschland. Deutschlandfunk, 30.06.2020. Online unter: https://www.deutschlandfunk.de/automatisch-rassismus-experte-schwarze-journalistinnen-in.2907.de.html?dram:article_id=479598.

Bendixen, Oliver: „Die Polizei gilt nach wie vor als privilegierte Quelle“. Deutschlandfunk, 31.07.2019. Online unter: https://www.deutschlandfunk.de/kriminalitaetsberichterstattung-die-polizei-gilt-nach-wie.2907.de.html?dram:article_id=455188.

Bleich, Holger: Wie die EU-Kommission Facebook, Google & Co. bändigen will. heise.de, 03.01.2020. Online unter: <https://www.heise.de/news/Wie-die-EU-Kommission-Facebook-Google-Co-baendigen-will-4997511.html>.

Blickle, Paul et al.: Zeit Online: Coronavirus in Deutschland und der Welt – alle Zahlen im Überblick. zeit.de, 02.04.2020. Online unter: <https://www.zeit.de/wissen/gesundheit/coronavirus-echtzeit-karte-deutschland-landkreise-infektionen-ausbreitung>.

Botcheck.me: Firefox Browser Add-ons. RoBat Labs, 01.03.2020. Online unter: <https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/botcheck-me/>.

Borchardt, Alexandra et al.: Are Journalists Today's Coal Miners? Oxford und Mainz, 2019. Online unter: <https://www.telekom-stiftung.de/sites/default/files/files/media/publications/Talent-and-Diversity-in-the-Media-Report.pdf>.

Boychev, Hristio; Prof. Dr. Horz, Christine; Neumüller, Malin: Viel Wille, kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus. Neue deutsche Medienmacher*innen, Mai 2020. Online unter: https://www.neuemedienmacher.de/wp-content/uploads/2020/05/20200509_MdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf.

Buttkus, Charlotte; Ryabinin, Igor; Hinze, Florian: Wozu Non-Profit-Journalismus? Ein Report zu gemeinnützigem Journalismus. Schöpflin Stiftung, 2020. Online unter: <https://www.schoepflin-stiftung.de/news/detailansicht/news/report-wozu-non-profit-journalismus/>.

correctiv.org: Über uns. Online unter: <https://correctiv.org/ueber-uns/>.

eth/dpa: Jeder Vierte wirft Medien Manipulation vor. spiegel.de, 06.03.2019. Online unter: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/studie-zu-medienvorvertrauen-jeder-vierte-wirft-medien-manipulation-vor-a-1256551.html>.

Limbourg, Peter: Diversity: Immer neue Sichtweisen. dw.com, 12.11.2020. Online unter: <https://www.dw.com/de/diversity-immer-neue-sichtweisen/a-55572428>.

Diehl, Elke (Hrsg.): Teilhabe für alle?! Bonn, 2017. Online unter: <https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/256651/teilhabe-fuer-alle>.

Dittrich, Miro et al.: Alternative Wirklichkeiten. Monitoring rechts-alternativer Medienstrategien. Berlin, 2020. Online unter: https://www.belltower.news/wp-content/uploads/sites/3/2020/01/Monitoring_2020_web.pdf.

Eine Welt der Vielfalt e. V.: Diversity – Was ist das? O. D. Online unter: <https://www.ewdv-diversity.de/diversity/diversity-was-ist-das/>.

Forum Gemeinnütziger Journalismus e. V.: Bündnis fordert Reform im Gemeinnützigkeitsrecht. Online unter: <http://forum-gemeinnuetziger-journalismus.de>.

Frischlich, Lena: Extremistische Propaganda und die Diskussion um „Gegenerzählungen“, Bundeszentrale für politische Bildung, 16.7.2019. Online unter: <https://www.bpb.de/politik/extremismus/radikalisierungspraevention/293970/extremistische-propaganda-und-die-diskussion-um-gegengerzaehlungen>.

Garmissen, Anna von; Biresch, Hanna: Eine Studie zur Geschlechterverteilung in journalistischen Führungspositionen. Teil II: Presse und Online-Angebote. ProQuote Medien e.V., 2019. Online unter: https://www.pro-quote.de/wp-content/uploads/2019/11/ProQuote-Studie_print_online_digital-2019.pdf.

Geuß, Annika: Qualität im Journalismus. Eine Synopse zum aktuellen Forschungsstand. Bamberg, 2018. Online unter: https://fis.uni-bamberg.de/bitstream/uniba/43877/1/BaBeKo8GeussNachrichtenqualitaetopusse_A3a.pdf.

Geyer, Steven: Virtuelle Kreuzritter. Bundeszentrale für politische Bildung, 17.3.2014. Online unter: <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/180751/virtuelle-kreuzritter>.

Goderbauer-Marchner, Gabriele: Medien verstehen. Konstanz, 2011. Online unter: https://www.halem-verlag.de/wp-content/uploads/2011/02/9783744502481_le.pdf.

Gregull, Elisabeth: Migration und Diversity. Bundeszentrale für politische Bildung, 14.05.2018. Online unter: <https://www.bpb.de/gesellschaft/migration/dossier-migration/223777/diversity>.

Gierlinger, Marisa: Wenn die Blacklist zur Blocklist wird. Sueddeutsche.de, 16.06.2020. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/programmieren-wenn-die-blacklist-zur-blocklist-wird-1.4937792>.

Hans-Bredow-Institut: Coding Public Value: Gemeinwohlorientierte Software für öffentlich-rechtliche Medienplattformen. O. D. Online unter: <https://leibniz-hbi.de/de/projekte/coding-public-value>.

Hein, Theresa: Serie „Was sich ändern muss“. Betroffenheit ist kein Defizit. sueddeutsche.de, O. D. Online unter: <https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/medien/poc-im-journalismus-wie-koennen-medien-diverser-werden-e727594/>.

Heilweil, Rebecca: Facebook is taking a hard look at racial bias in its algorithms. Vox.de, 22.07.2020. Online unter: <https://www.vox.com/recode/2020/7/22/21334051/facebook-news-feed-instagram-algorithm-racial-bias-civil-rights-audit>.

Helios: Startseite. helios.de, O. D. Online unter: <https://helios-h2020.eu/project/>.

Hoaxy: Startseite. Indiana University, O. D. Online unter: <https://hoaxy.osome.iu.edu>.

Höppner, Stephanie: Twitter: Rassismus in der Bildvorschau? dw.com, 27.09.2020. Online unter: <https://www.dw.com/de/twitter-rassismus-in-der-bildvorschau/a-55064673>.

Initiative Tageszeitung e. V.: Online-Lexikon Presserecht. Sorgfaltspflicht. O. D. Online unter: <https://initiative-tageszeitung.de/lexikon/sorgfaltspflicht/>.

Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft: #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Kurzbeschreibung. O. D. Online unter: <https://www.idz-jena.de/forschung/hass-im-netz-eine-bundesweite-repraesentative-untersuchung-2019/>.

Kollanyi, Bence; Howard, Philip N.; Woolley, Samuel C.: Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election. University of Oxford: 2016. Online unter: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf>.

Krieger, Andreas: Diversität im Journalismus. br.de, 29.06.2020. Online unter: <https://www.br.de/br-fernsehen/sendungen/puzzle/gleichberechtigte-teilhabe-diversitaet-im-journalismus-puzzle-100.html>.

Legrand, Jupp: „Das Unwort erklärt die Untat“. Die Berichterstattung über die NSU-Morde – eine Medienkritik. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung. Frankfurt am Main, 2015. Online unter: https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH79_NSUMorde_Grittmann_2015_01_10.pdf.

Mediendienst Integration: Über uns. O. D. Online unter: <https://mediendienst-integration.de/ueber-uns.html>.

Serrano, Juan Carlos Medina et al.: The Rise of Germany's AfD: A Social Media Analysis. New York, 2019. Online unter: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3328562>.

Merkurist.mainz: Startseite. O. D. Online unter: <https://merkurist.de/mainz>.

Netzpolitik e. V.: Über Uns. O. D. Online unter: <https://netzpolitik.org/ueber-uns>.

Netzwerk Recherche e.V.: Offener Brief: Für eine Beteiligung gemeinnütziger digitaler Publisher und Organisationen. 08.12.2020. Online unter: <https://netzwerkrecherche.org/blog/offener-brief-fuer-eine-beteiligung-gemeinnuetziger-digitaler-publisher-und-organisationen/#more-23709>.

Neuberger, Christoph: Was erwartet die Gesellschaft vom Internet – und was erhält sie? Ein normativer Kompass für Gestaltung und Regulierung. Sankt Augustin/Berlin, 2018. Online unter: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=1f05e3e2-29e5-6978-defd-ac8c57cb0876&groupId=252038.

Neue Deutsche Medienmacher*innen: People of Color (PoC), NdM-Glossar. O. D. Online unter: <https://glossar.neuemedienmacher.de/glossar/people-of-color-poc/>.

Prochazka, Fabian: Vertrauen in Journalismus unter Online-Bedingungen. Zum Einfluss von Personenmerkmalen, Qualitätswahrnehmungen und Nachrichtennutzung. Stuttgart, 2019. Online unter: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-30227-6>.

Rafael, Simone: Redaktionsstatut. Belltower News. Netz für digitale Zivilgesellschaft. 01.05.2019. Online unter: <https://www.belltower.news/redaktionsstatut-86285/>.

Seufert, Wolfgang: Medienkonzentration und Medienvielfalt. Bundeszentrale für politische Bildung, 28.9.2018. Online unter: <https://www.bpb.de/apuz/276553/medienkonzentration-und-medienvielfalt>.

Schmidt, Jan-Hinrik: Die Medienlogik der Informationsintermediäre und ihre Bedeutung für Meinungsbildung. Bundeszentrale für politische Bildung, 02.05.2019. Online unter: <https://www.bpb.de/gesellschaft/digitales/digitale-desinformation/290575/die-medienlogik-der-informationsintermediaere-und-ihre-bedeutung-fuer-meinungsbildung>.

Schneider, Jan; Fincke, Gunilla; Will, Anne-Kathrin: Muslime in der Mehrheitsgesellschaft. Medienbild und Alltagserfahrungen in Deutschland. Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR), 2013. Online unter: https://www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2013/03/Medienbild-Muslime_SVR-FB_final.pdf.

Stasi, Maria Luisa: Ensuring Pluralism in Social Media Markets: Some Suggestion. San Domenico di Fiesole, 2020. Online unter: https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/65902/RSCAS_2020_05.pdf.

Steiner, Miriam et al.: Seek and you shall find? A content analysis on the diversity of five search engines' results on political queries. Information, Communication & Society. Online unter: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1776367>.

Zörner, Hendrik: Polizeiberichte kritisch hinterfragen. Deutscher Journalisten-Verband, 01.07.2019. Online unter: <https://www.djv.de/startseite/profil/der-djv/pressebereich-download/pressemitteilungen/detail/news-polizeiberichte-kritisch-hinterfragen>.

Zörner, Hendrik: Mehr Vielfalt in Redaktionen. Deutscher Journalisten-Verband, 05.11.2018. Online unter: <https://www.djv.de/startseite/service/news-kalender/detail/aktuelles/news-mehr-vielfalt-in-redaktionen>.

ÜBER tbd – DER DEBATTENMONITOR DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW

tbd – der Debattenmonitor der Landesanstalt für Medien NRW ermöglicht einen schnellen Einstieg in aktuelle digital- und medienpolitische Debatten. Wer diskutiert worüber – und warum? *tbd* gibt einen strukturierten Überblick, zeigt unterschiedliche Positionen auf und beleuchtet deren Inhalte. Zugleich bietet *tbd* sowohl neue Perspektiven als auch zusätzliche, bislang wenig beachtete Informationen. Er wird im Auftrag der *Landesanstalt für Medien NRW* durch den unabhängigen Think Tank *iRights.Lab* erarbeitet.

Warum **tbd**? „To be discussed“, „to be defined“ oder „to be done“? Im Bürosprech ist „tbd“ die passende Abkürzung für Dinge, die noch diskutiert, erörtert oder erledigt werden müssen. Gleichzeitig beschreiben diese drei Buchstaben den Kern des Debattenmonitors, der sich offen mit Themen beschäftigt, Interesse weckt und mögliche Handlungsfelder für die Medienregulierung aufzeigt.

Impressum

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
D-40221 Düsseldorf

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Projektleitung: Robert de Lubomirz-Treter

Realisierung:

iRights.Lab GmbH
Schützenstraße 8
D-10117 Berlin
www.irights-lab.de

Direktor: Philipp Otto

Autorin: Jaana Müller-Brehm

Inhaltliche Mitarbeit: Bastian Denker, Dr. Wiebke Glässer, Berivan Köroğlu, Philipp Otto

Korrektorat: text | struktur

Gestaltung:

Nadine Hawle (NH Corporate – Designstudio)