Journalistik

Zeitschrift für Journalismusforschung

Hrsg. von Bernhard Debatin, Gabriele Hooffacker, Horst Pöttker, Tanjev Schultz und Martina Thiele

2 | 2019 | 2. Jahrgang **www.journalistik.online**

91 Editorial

Aufsätze

93 Julia Lück / Tanjev Schultz
Investigativer Datenjournalismus in einer globalisierten Welt
Eine Befragung von Journalisten des International Consortium of Investigative Journalists

118 Petra Herczeg
»Die Weltgeschichte kümmert sich zu wenig um Sonnenstrahlen«
Die politische und soziale Dimension im journalistischen Werk von Joseph Roth

Essay

134 Marcus Maurer
Zwischen Misstrauen und Instrumentalisierung
Zum journalistischen Umgang mit der AfD

Debatte

140 Tommy Hasert / Gabriele Hooffacker
Überschätzte Bots?
Eine Untersuchung von Twitter-Debatten – und was Redaktionen daraus lernen können

Rezensionen

154 Britta M. Gossel, Kathrin Konyen (Hrsg.): Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung
Rezensiert von Liane Rothenberger

158 Manfred Theisen: Nachgefragt. Medienkompetenz in Zeiten von Fake News. Basiswissen zum Mitreden
Rezensiert von Guido Keel

161 Karl Nikolaus Renner, Tanjev Schultz, Jürgen Wilke (Hrsg.): Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert
Rezensiert von Sebastian Köhler

165 Marcus Bölz: Sportjournalistik
Rezensiert von Jörg-Uwe Nieland

HERBERT VON HALEM VERLAG

ꓧꓧ

Impressum

Journalistik.
Zeitschrift für Journalismusforschung

Heft 2/2019
2. Jahrgang

http://www.journalistik.online

Herausgeber

Prof. Dr. Bernhard Debatin
Prof. Dr. Gabriele Hooffacker
Prof. Dr. Horst Pöttker
Prof. Dr. Tanjev Schultz
Prof. Dr. Martina Thiele

Redaktion

Verantwortlich für den Inhalt
(gem. § 55 Abs. 2 RStV)
Dipl.-Journ. Christina Kiesewetter (v.i.S.d.P.)
Anna Berneiser, B. A. (Produktion)

Dank

Wir danken der Stiftung Presse-Haus NRZ in Essen für die freundliche Unterstützung.

Verlag

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22
51063 Köln
Telefon: +49(0)221-9258290
Telefax: +49(0)221-92582929
E-Mail: info@halem-verlag.de

Vertreten durch:
Herbert von Halem Verlagsges. mbH
Geschäftsführer: Herbert von Halem
Registergericht: Köln
Registernummer: HRB 25647

Registereintrag:
Eingetragen im Handelsregister.
Registergericht: Köln
Registernummer: HRA 13409

Umsatzsteuer-ID:
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach
§27a Umsatzsteuergesetz:
DE 172 714 183

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 2/2019
2. Jahrgang
ISSN 2569-152X

Editorial

Wie haben Journalisten weltweit gemeinsam an den Paradise und Panama Papers gearbeitet? Dieser Frage sind Julia Lück und Tanjev Schultz nachgegangen. In ihrem Aufsatz veröffentlichen sie die wichtigsten Ergebnisse ihrer Studie zur Arbeit von Journalisten des International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ). Diese waren an der Aufdeckung krimineller Finanzaktivitäten auf globaler Ebene beteiligt. Eine der größten Herausforderungen: Die riesengroßen Datenmengen analysierbar zu machen und darin für die Öffentlichkeit relevante Geschichten über Menschen, Unternehmen und deren Aktivitäten zu finden. Wie das gelang, lesen Sie in dieser Ausgabe der Journalistik.

Der globale Datenjournalismus wäre Joseph Roth (1894 bis 1939) vermutlich wie Science Fiction erschienen. Berühmt wurde er als Erzähler mit Werken wie *Hiob* und *Radetzkymarsch*. Doch er hat ein ebenso umfangreiches journalistisches Schaffen hinterlassen. Petra Herczeg beleuchtet in ihrem Aufsatz, wie er journalistisch mit dem aufkommenden Nationalsozialismus umging und diskutiert Roths Bedeutung für den aktuellen Journalismus.

Im Essay dieser Ausgabe der Journalistik setzt sich Marcus Maurer mit dem Zusammenspiel von Journalismus und der AfD auseinander. Er diskutiert drei mögliche Strategien und ihre Folgen. Maurer plädiert für einen nicht unkritischen, aber sachlichen Umgang mit der AfD.

Die Debatte dieser Ausgabe handelt von Social Bots. Eine Untersuchung von Twitter-Debatten, die Tommy Hasert und Gabriele Hooffacker präsentieren, legt nahe, dass die Bedeutung von Social Bots überschätzt wird. Die Daten sind sorgfältig erhoben und präsentiert. Allerdings: Um die Wirkung von Bots ermessen zu können, müsste zusätzlich ermittelt werden, inwieweit sie zur Verbreitung von Verwirrung, Fehlmeldungen und Falschmeldungen beigetragen haben bzw. inwieweit Inhalte von Bots dann von anderen aufgegriffen und weiter verbreitet wurden. Dazu bedarf es einer netzwerkanalytischen Untersuchung.

Was uns zudem debattierwürdig erscheint, ist der interpretierende Kontext, in den diese Daten gestellt werden: »Nur« 7,68 Prozent der an Politik- und Konsumdiskursen beteiligten Adressen lassen sich als Bots identifizieren: Kann man daraus schließen, dass von ihnen keine Gefährdung für die Demokratie ausgeht – zumal, wenn man bedenkt, wie äußerst knapp die Wahlentscheidun-

gen waren, die zum Brexit-Votum oder zur Präsidentschaft von Donald Trump geführt haben; und wenn man das Untersuchungsergebnis berücksichtigt, dass gerade bei den US-Zwischenwahlen die Bots eine relativ negative Tendenz und große Reichweite hatten?

Läuft die Bemerkung, dass von Bots zwar theoretisch Gefahren ausgehen, es für ihre Wirksamkeit aber keine eindeutigen Belege gibt, nicht auf eine Verharmlosung der mit Bots verbundenen Risiken hinaus? Ist es sinnvoll, Journalisten vorzuwerfen, auf solche Risiken in professionell zugespitzter Weise aufmerksam zu machen? Kann eine Momentaufnahme des Ist-Zustands vom Sommer 2018 das problematische Potential der Bots überhaupt relativieren?

Macht es Bots unschädlich, wenn man sie mit Faktoren wie Privatfernsehen oder Massenpresse vergleicht, deren schädlicher Einfluss auf die demokratische Kultur in der Kommunikationswissenschaft zeitweise sehr intensiv erforscht und diskutiert wurde? Ist die Forderung nach erkennbarer Verantwortlichkeit für öffentliche Mitteilungen, die seit langem im Presserecht verankert ist, eine illegitime Einschränkung der Kommunikationsfreiheit?

Sollte man nicht, anstatt Medienphänomene für sich zu betrachten, einmal von der gesellschaftlichen Erfahrung der seit Jahrzehnten schleichenden, heute unverkennbaren »Transformation der Demokratie« (Johannes Agnoli) ausgehen und erst danach fragen, welchen Anteil Kommerzfernsehen, BILD, aber eben auch Bots und andere Phänomene des digitalen Medienumbruchs daran haben?

Solche Fragen mögen zum Nachdenken anregen. Indem wir den Aufsatz über Bots unter die Rubrik »Debatte« stellen, laden wir zur Formulierung von kontroversen oder ergänzenden Stellungnahmen ein. Direkt unter den Aufsätzen, dem Essay und den Debattenbeiträgen können Sie Ihren Kommentar hinterlassen. Oder schreiben Sie uns eine E-Mail an redaktion@journalistik.online.

Darüber hinaus freuen wir uns über Themenanregungen, Manuskriptangebote und Kritik. Wissenschaft lebt vom Austausch.

Und folgen Sie der Journalistik gern auch auf Facebook: https://www.facebook.com/journalistik.online/.

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 2/2019, S. 93-117
2. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-22019-9850-de

Aufsätze

Julia Lück / Tanjev Schultz

Investigativer Datenjournalismus in einer globalisierten Welt

Eine Befragung von Journalisten des International Consortium of Investigative Journalists

Abstract: **Die Studie untersucht die Arbeit von Journalisten, die an den Recherchen des *International Consortium of Investigative Journalists* (ICIJ) zu den *Panama* und *Paradise Papers* und der Aufdeckung krimineller Finanzaktivitäten auf globaler Ebene beteiligt waren. In einer Online-Umfrage im März 2018 (N=67) wurden Aspekte der Arbeitsabläufe, der Arbeitsteilung, der persönlichen Netzwerke, der Herausforderungen und Hindernisse sowie Bewertungen zu journalistischen Methoden und anonymen Quellen erhoben. Quantitative und qualitative Antworten geben Einblicke in die Mechanismen des globalen investigativen Datenjournalismus. Trotz unterschiedlicher Herkunft (42 Länder, verschiedene Medientypen) haben die Journalisten viel gemeinsam, wenn es um professionelle Normen und Arbeitsabläufe geht. Gleichzeitig stellen die strengen Regeln der Organisation sowie fehlender Zugang zu Material und Wissen die Mitglieder des Netzwerks auch vor Herausforderungen.**

Aufgrund politischer Deregulierungen fließen Finanzströme heute weitgehend unabhängig von nationalen Grenzen. Daher scheint die Notwendigkeit eines globalen Watchdog-Journalismus, der die Mächtigen zur Verantwortung zieht, größer denn je zu sein – nicht nur in der Politik, sondern auch in der Wirtschaft. Die technologischen Entwicklungen unterstützen neue Formen des digitalen investigativen Journalismus und ermöglichen es Journalisten, große Mengen an (geleakten) Daten grenzüberschreitend zu verarbeiten und aufzubereiten (Felle 2015). Zwei der bekanntesten jüngsten Beispiele für solche globalen Enthüllungen sind die *Panama* und *Paradise Papers* des *International Consortium of Investigative*

Journalists (ICIJ), die Steuervermeidungsstrategien und kriminelle Aktivitäten politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Eliten in vielen Ländern der Welt veröffentlichten (Obermayer/Obermaier 2016; Bernstein 2017; Woodall 2017).

Diese Projekte sind wichtige Beispiele für einen globalen investigativen Datenjournalismus, der Aufmerksamkeit auf grenzüberschreitende Prozesse lenkt und das Entstehen einer transnationalen Öffentlichkeit ermöglicht. Solche Investigativ-Projekte und Organisationen wie das ICIJ sind Beispiele für neue Formen journalistischer Zusammenarbeit, die es Medienunternehmen trotz einer angespannten wirtschaftlichen Situation erlauben, kosten- und zeitintensive Recherchen durchzuführen. Um zu verstehen, wie diese Kooperationen funktionieren, fragen wir: Wie ist die Arbeit in einem transnationalen Netzwerk wie dem ICIJ organisiert? Welche Arbeitsabläufe und Praktiken gibt es? Und vor welchen Herausforderungen und Grenzen steht die Arbeit der ICIJ-Journalisten? Um diese Fragen zu beantworten, kontextualisieren wir zunächst die Arbeit des ICIJ mit der wissenschaftlichen Literatur zum investigativen Datenjournalismus und präsentieren anschließend Befunde einer Online-Umfrage, mit der ICIJ-Journalisten befragt wurden, die an den *Panama-* und/oder *Paradise-Projekten* teilgenommen haben. Die Ergebnisse geben einen Einblick in den aktuellen Stand des globalen investigativen Datenjournalismus.

Entwicklungen im investigativen Journalismus

Nach eigenen Angaben ist das ICIJ eine »unique organization« und ein »US-based non-profit [...] global network«, in dem »249 of the best investigative reporters from more than 90 countries and territories [...] collaborate on groundbreaking investigations that expose the truth and hold the powerful accountable, while also adhering to the highest standards of fairness and accuracy.« (https://www.icij.org/about/ [14. Juni 2019])

Damit positioniert sich das ICIJ klar im Bereich des investigativen Journalismus und betont seine Watchdog-Rolle. Der Begriff des Watchdog-Journalismus ist tief in der westlichen Journalismuskultur verankert (Hanitzsch 2011) und eng mit der Idee verbunden, dass »die Presse« als eine Art Vierte Gewalt im Staat agiert, die die Machthabenden kontrolliert und zur Verantwortung zieht (Ettema 2007; Hampton 2012). Es gibt unterschiedliche Vorstellungen davon, wie der Journalismus dies erreichen kann, wie Starkman (2015) betont, der zwischen »access reporting« und »accountability reporting« unterscheidet: »Access reporting emphasizes gaining inside information about the actions or intentions of powerful actors before they are widely known. [...] Accountability reporting, in contrast, seeks to gather information not from but *about* powerful actors« (Starkman 2015: 10). Investigative Berichterstattung ist ein Beispiel für Accountability

Reporting und kann laut Abdenour (2018) durch drei wesentliche Merkmale charakterisiert werden: (1) Es handelt sich um originäre Beiträge, die (2) verborgene Informationen enthüllen, die (3) von öffentlichem Interesse sind.

Im Vergleich zum regulären Nachrichtengeschäft erfordert die investigative Berichterstattung in der Regel mehr Zeit und Ressourcen (Stetka/Önebring 2013) und wird daher oft als wirtschaftlich riskant eingestuft (Abdenour 2018; Hamilton 2016). Mit dem Einbruch der Werbeeinnahmen und einem Rückgang der Zahl hauptberuflicher Journalisten kämpfen viele Nachrichtenorganisationen heute darum, die Qualität ihrer journalistischen Produkte aufrechtzuerhalten. Gleichzeitig eröffnen digitale Technologien neue Chancen für Journalisten. Sie bieten zahlreiche Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Kommunikation und ermöglichen die effiziente Analyse großer Datenmengen. In diesem Zusammenhang können Organisationen wie das ICIJ dazu beitragen, trotz geringer Budgets in einzelnen Redaktionen aufwändige Rechercheprojekte durchzuführen.

Das Potenzial der vernetzten Gesellschaft für investigativen Journalismus

Die vernetzte Gesellschaft birgt ein großes Potenzial für den investigativen Journalismus (Gearing 2014). Journalisten profitieren von webbasierter Kommunikation in vielerlei Hinsicht: Sie erleichtert das Auffinden von Geschichten, den Kontakt zu Quellen und die Zusammenarbeit mit anderen Journalisten. Diese Möglichkeiten haben den Aufbau investigativer Netzwerke auf internationaler Ebene erleichtert. Die Formen solcher Netzwerke unterscheiden sich voneinander, zum Beispiel nach dem Grad der Organisation und Kontrolle oder dem Grad der Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerks (Heft/Alfter/Pfetsch 2017). Nach dieser Unterscheidung ist das ICIJ eine stark strukturierte Organisation mit relativ intensiven Kooperationen. Wie sich das in der praktischen Arbeit widerspiegelt, wird im empirischen Teil dieses Aufsatzes gezeigt werden.

Die journalistische Arbeit solcher internationalen Organisationen und Teams kann dazu beitragen, der Öffentlichkeit die gesellschaftlichen Probleme vor Augen zu führen, die durch die zunehmende internationale Verflechtung mit ihren komplexen Zusammenhängen von Ursachen und Auswirkungen entstehen (Alfter 2017). Die digitale Medienumgebung erlaubt es, die Isolation einzelner, wettbewerbsorientierter Redaktionen zu überwinden und zu einem kollaborativen Modell zu finden, in dem mehrere Redaktionen aus verschiedenen Ländern und Regionen Informationen austauschen und sich gegenseitig helfen, ihre Watchdog-Funktion zu erfüllen (Carson/Farhall 2018). Internationale Netzwerke können dabei besonders für Journalisten aus Ländern mit schwachen journalistischen Strukturen hilfreich sein, zum Beispiel wenn es in einem Land nur sehr wenige

investigative Reporter gibt. Teammitglieder mit unterschiedlichem nationalem Hintergrund können Kontextwissen und detaillierte Einblicke für bestimmte Teile der Welt einbringen. Auch die technischen Fähigkeiten können variieren, was zu einer professionellen Arbeitsteilung führen kann (Alfter 2017; Matzat 2016).

Bei der Arbeit in internationalen Teams entstehen allerdings auch Herausforderungen. Unterschiedliche journalistische Kulturen, politische Traditionen und Wirtschaftssysteme prägen die Arbeitsbedingungen und Routinen von Journalisten und können zu unterschiedlichen Wahrnehmungen darüber führen, wie die Arbeit geleistet werden kann oder sollte (Alfter 2017; Higgins Joyce et al. 2017). Darüber hinaus sind der investigative Journalismus und die Watchdog-Rolle eng mit liberalen Mediensystemen verbunden, in denen Pressefreiheit und journalistische Autonomie ausreichend gewährleistet sind (Gerli et al. 2018; Svensson 2016). In vielen Ländern sind Journalisten jedoch mit erheblichen Einschränkungen ihrer Arbeit konfrontiert, beispielsweise durch politische Eingriffe der Verlage, durch staatliche Einflussnahme (z.B. auf Werbung) oder durch die Operationen von Geheimdiensten (Gerli et al. 2018). Die Arbeit unter eingeschränkter Pressefreiheit ist eine große Herausforderung, aber gerade die Teilnahme an internationalen Netzwerken kann dazu beitragen, die durch nationale politische und ökonomische Systeme gesetzten Grenzen zu überwinden oder zumindest abzubauen (Kaplan 2013).

Verbreitung des Datenjournalismus

Eine zweite wichtige Entwicklung ist die rasante Verbreitung des Datenjournalismus und damit verbunden insbesondere die Möglichkeit, auch große Datenmengen zu verarbeiten, zu untersuchen und zu visualisieren (Coddington 2014; Boyles/Meyer 2016; Felle 2015). Für Investigativjournalisten sind besonders solche nicht frei zugänglichen bzw. ursprünglich geheim gehaltenen Daten interessant, die von Whistleblowern oder Hinweisgebern stammen und von hoher gesellschaftlicher Relevanz sind (Wahl-Jorgensen/Hunt 2012). Die Verwendung solcher Daten hat für investigative Reporter gewisse Vorteile. Woodall (2017) argumentiert, dass Journalisten in der Regel stark von offiziellen Quellen abhängig sind, was ihre Autonomie gefährden kann. Woodall spricht von »Media Capture«: Journalisten könnten Informationen zurückhalten oder weniger kritisch berichten, weil sie nicht mit ihren Quellen (z.B. aus politischen Kreisen) in Konflikt geraten wollen. Woodall betrachtete die drei »Megaleaks« der vergangenen Jahre von Chelsea Manning (und WikiLeaks), Edward Snowden und John Doe (Panama Papers) genauer. Sie kam zu dem Schluss, dass diese Leaks in der Lage waren, diese Form von »Media Capture« zu durchbrechen, weil durch die Datenleaks die Abhängigkeit von offiziellen Quellen zurückging. Die *Panama*

Papers folgten einem Leak von 11,5 Millionen Dokumenten aus einer anonymen Quelle, die sich im Jahr 2015 der *Süddeutschen Zeitung* anvertraute. Die *Paradise Papers* basierten auf einem weiteren Leak von 13,4 Millionen finanziellen und rechtlichen Dokumenten an die *Süddeutsche Zeitung* im Jahr 2016.

Im redaktionellen Alltag basieren datenjournalistische Projekte nicht auf solchen außergewöhnlichen Leaks, sondern stützen sich auf deutlich kleinere Datensätze, die oft aus amtlichen Quellen stammen (Stalph 2017). Allerdings zeigen beispielsweise Castell et al. (2018), dass viele Datenjournalisten stark innerhalb einer breiteren Datengemeinschaft engagiert sind und sie sich vielfältiger Quellen und Expertisen bedienen. Sie arbeiten mit Fachleuten außerhalb des Journalismus (wie Wissenschaftlern und Softwareprogrammierern) zusammen und stehen in regelmäßigem Kontakt mit Journalisten anderer Medienorganisationen. Datenjournalisten leisten dadurch einen wichtigen Beitrag zu aktuellen Entwicklungen in den Bereichen journalistischer Netzwerke und neuer Formen kollaborativer Newsroom-Arbeit.

Unsere Studie leistet einen Beitrag zu verstehen, wie internationale Netzwerke wie das ICIJ funktionieren und wie sie einen hochwertigen investigativen Datenjournalismus ermöglichen. Wir werden insbesondere darauf eingehen, wie die Arbeit in verschiedenen Teams organisiert ist, welche Netzwerke innerhalb des größeren Netzwerks gebildet werden, welchem Zweck sie dienen und mit welchen Herausforderungen die Journalisten bei ihrer Arbeit konfrontiert sind.

Methode

Wir haben eine Online-Umfrage unter Journalisten der ICIJ-Mailingliste durchgeführt, die an den *Panama* und/oder *Paradise Papers* gearbeitet haben. Journalisten, die an diesen Projekten mitgewirkt haben, mussten nicht unbedingt offizielle Mitglieder des ICIJ sein. Die Mailinglisten enthielten daher mehr Personen als die tatsächliche Anzahl von ICIJ-Mitgliedern. Die Studie wurde vom 13. März bis 10. April 2018 auf der Plattform soscisurvey.de durchgeführt. Die erste Einladung zur Teilnahme wurde von der ICIJ-Zentrale in Washington D.C. weitergeleitet, die unser Anliegen unterstützte. Zwei Erinnerungen wurden über Mitglieder der Mailingliste verschickt, die den Autoren persönlich bekannt waren.

Der Fragebogen wurde in zwei Teile gegliedert. Ein Teil betraf Bewertungen und Einstellungen und war anonym. Im anderen Teil war eine namentliche Identifikation erforderlich, weil es um persönliche Netzwerke ging. Der erste Teil umfasste den persönlichen und beruflichen Hintergrund der Journalisten, Arbeitsteilung, Arbeitsabläufe, Einschätzungen über Herausforderungen und Grenzen ihrer Arbeit sowie wahrgenommene Bedrohungen und Belästigungen (offene Fragen). Aus dem Projekt »Worlds of Journalism« (Hanusch/Hanitzsch

2017) wurden Fragen zu Rollenwahrnehmungen sowie Einstellungen zum Umgang mit Quellen, ethischen Standards und Recherchemethoden abgeleitet bzw. übernommen. Mehrere Fragen erlaubten offene Texteingaben, nicht nur zu Bedrohungen und Belästigungen, sondern auch für Gedanken über Leaks und Quellen. Wir verwenden diese qualitativen Antworten, um die quantitativen Daten zu kontextualisieren und Äußerungen zu zitieren, die typische oder spezielle Aspekte der erfragten Themen veranschaulichen.

Der zweite Teil des Fragebogens war über einen externen Link am Ende des ersten Fragebogens erreichbar. In diesem Teil wurden die Personen gebeten, sich selbst mit Namen, Land und Medienorganisation zu identifizieren und dann bis zu fünf Personen zu benennen, mit denen sie während der Recherchen zu den *Panama/Paradise Papers* eng zusammengearbeitet haben. Die Befragten wurden auch gebeten, jedem Benannten Herkunftsland und Medienorganisationen zuzuordnen und anzugeben, wie die Zusammenarbeit im Einzelnen ausgesehen hat (offene Eingabe).

Wir konnten 67 vollständige Datensätze für den allgemeinen Teil und 50 Datensätze für den Netzwerkteil erheben. Bei den Mailinglisten der *Panama* und *Paradise Papers* waren laut ICIJ-Auskunft 569 E-Mail-Adressen registriert, was für unsere Umfrage eine Rücklaufquote von 11,8 Prozent bedeutet. Dies scheint nicht besonders hoch zu sein, aber da Journalisten in der Regel eine schwierige Gruppe für Befragungen sind (investigative Reporter sind noch misstrauischer, wenn es darum geht, Informationen über sich selbst preiszugeben), halten wir 67 abgeschlossene Datensätze für eine durchaus aussagekräftige Stichprobe, die Einblicke in die Gruppe der ICIJ-Journalisten liefern kann. Wo angemessen, berichten wir Konfidenzintervalle im Bereich von 95 Prozent.

Unsere Befragten kommen aus 42 verschiedenen Ländern, was ein recht guter Anteil der an den Untersuchungen beteiligten Länder ist (etwa 90 bei den *Panama Papers* und etwa 70 bei den *Paradise Papers*). Da wir wie geschildert den Befragten zudem die Möglichkeit gaben, zu mehreren Aspekten frei Stellung zu nehmen, konnten wir auch aussagekräftige qualitative Daten sammeln.[1]

Ergebnisse

Unter den Befragten sind 22 weiblich, 42 männlich (3 Personen haben nicht geantwortet). Sie sind durchschnittlich 43,8 Jahre alt und verfügen über eine Berufserfahrung von durchschnittlich 18,9 Jahren (min: 4, max: 52 Jahre). Etwa 39 Prozent der Journalisten in der Stichprobe arbeiten für eine Tageszeitung,

1 Die Zitate, die wir zur Veranschaulichung von Argumenten im Ergebnisbereich verwenden, wurden – wenn nötig – im Hinblick auf Rechtschreibung und Grammatik leicht bearbeitet. Ausdruck und Wortwahl wurden nicht geändert

gefolgt von Online-Medien (20,9 Prozent) und Fernsehen (19,4 Prozent). Die meisten (41,8 Prozent) gaben an, dass sie Reporter sind, wenn sie nach ihrer Position gefragt wurden, gefolgt von Senior Editors (13,4 Prozent), Ressortleitern (11,9 Prozent) und Chefredakteuren (7,5 Prozent). Die meisten Befragten arbeiten in Investigativressorts (80,6 Prozent). Da bei der Frage nach dem eigenen Ressort aber mehr als eine Antwort gewählt werden konnte, wissen wir, dass viele auch noch mit anderen Ressorts verbunden sind: Rund 37 Prozent arbeiten für politische Ressorts, 35 Prozent für Wirtschaft/Finanzen, gefolgt von Nachrichten/Aktuelles (29,9 Prozent), Recht und Kriminalität (28,4 Prozent) oder speziell im Bereich der Außenpolitik (22,4 Prozent) oder Innenpolitik (19,4 Prozent).

55 Personen arbeiteten in beiden Projekten, *Panama* und *Paradise Papers*; 7 nur im *Panama Papers*-Projekt, 5 nur im *Paradise Papers*-Projekt. Die meisten Befragten haben Erfahrung mit investigativer Berichterstattung: 54 gaben an, dass sie bereits in ähnlichen Projekten gearbeitet hatten (die meisten in mehr als einem), darunter Offshore-Leaks, Swiss-Leaks und Lux-Leak als die am häufigsten genannten. Etwa ein Drittel gaben an, dass sie keine ICIJ-Mitglieder sind (wie bereits erwähnt, müssen Journalisten, die an ICIJ-Projekten teilnehmen, nicht unbedingt Mitglieder sein). 60 Prozent sind (auch) Mitglieder in anderen Rechercheorganisationen oder Netzwerken, auf nationaler Ebene (z.B. *Brazilian Association for Investigative Journalism*, *Asociación de Periodismo de Investigación*, *Bulgarian Center for Investigative Reporting*) oder auf internationaler Ebene (z.B. *European Investigative Collaboration, Global Investigative Journalism Network*, *Watchdog Asia*). Zwei Drittel erhielten eine spezielle Ausbildung im Bereich Datenjournalismus.

Teamarbeit und Arbeitsteilung

Ein Ziel der Studie ist es, Einblicke zu gewinnen, wie die investigativen Datenjournalisten ihre Arbeit in einem Netzwerk organisieren, das Hunderte von Menschen umfasst. Die Arbeit in Teamstrukturen ist bei Recherchen wie den *Panama* und *Paradise Papers* aufgrund der großen Datenmengen, die verarbeitet werden müssen, eindeutig die Regel. Die Teamgrößen sind jedoch sehr unterschiedlich: Zwischen 2 und 30 Personen sind innerhalb eines Medienhauses beteiligt. In unserer Befragung lag die häufigste Gruppengröße innerhalb eines Mediums zwischen 3 und 5 Personen. Einige Teilnehmer erklärten, dass die Teamgrößen während der Untersuchung gewachsen seien. Etwa 70 Prozent antworteten, dass sie eine Art Arbeitsteilung hätten. In ihren offenen Antworten erkennen wir zwei Muster: Teams, die die Arbeit (1) entlang von Geschichten oder (2) entlang von (technischen) Aufgaben und Aspekten aufteilen. Diejenigen, die Teams entlang von Geschichten aufteilen, weisen Verantwortung in der Regel nach Personen oder Unternehmen oder nach Ländern/Regionen auf. Auch die Aufteilung der Arbeit nach verschiedenen Aufgaben, die während des Prozes-

ses anfallen, ist üblich, zum Beispiel »Recherche, Schreiben, Bearbeiten, Faktenprüfung, Infografik, Video, Podcast«.

Zwei sehr wichtige Aufgaben werden von mehreren Befragten hervorgehoben, unabhängig von der genannten Arbeitsteilung Die erste ist »Geschichten ausgraben«. Dies ist natürlich eine der wichtigsten Aufgaben. Mehrere Befragte weisen darauf hin, dass sie Mitarbeiter hatten, die dafür verantwortlich waren, Personen in den Daten zu finden und damit verbundenes Fehlverhalten aufzudecken. Dazu mussten die Daten zunächst zugänglich und bearbeitbar gemacht werden – eine klassische Aufgabe des datengesteuerten Journalismus:

> »I am a data journalist and my job was to 1) gather and run lists of people through the system, 2) work with the structured part of the data, and 3) find other small parts of the data and structure those.«

Ein wichtiger erster Schritt beim Auffinden von Geschichten ist das Zusammenstellen von Listen potenzieller Personen, die in den Daten zu finden sind, zum Beispiel politische und wirtschaftliche Eliten oder Prominente eines Landes. Hier hat das internationale Netzwerk einen klaren Vorteil, da Journalisten aus verschiedenen Ländern ihre Kenntnisse beim Erstellen solcher Listen einbringen können. Die Arbeit mit diesen Namenslisten erfordert größte Sorgfalt, Genauigkeit und doppelte Kontrolle:

> »Three other colleagues checked every name I had provided through Italian companies' databases, in order to match dates of birth and managers' positions or ownership of companies. Our aim was to avoid coming across homonyms.«

Das Finden von Personen in den Daten ist eine Sache. Ein weiterer wichtiger Teil der Recherche zielt darauf, weitere Beweise außerhalb der Daten zu erhalten und Stellungnamen der betroffenen Akteure einzuholen:

> »[...] confront the facts found in the data with local financial and business information related to the names that appear in the papers leaked.«

> »[I] found experts, conducted interviews, confronted the subjects of our investigations.«

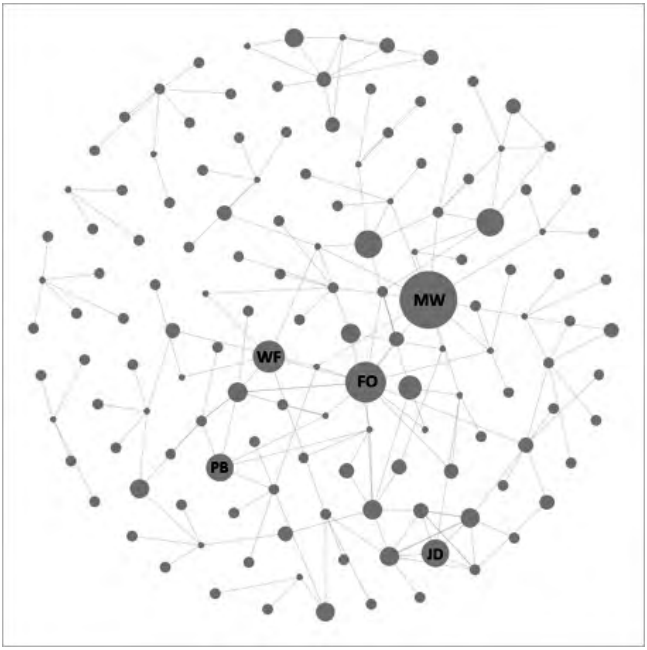
Mehrere Teilnehmer gaben an, dass sie als Leiter oder Koordinator für den gesamten Rechercheprozess verantwortlich waren. Diese Aufgabe ist in der Regel umfassend und beinhaltet auch den Kontakt zu anderen Projektpartnern und insbesondere zur ICIJ-Zentrale, wie dieses Beispiel zeigt:

»I was the main reporter on the Panama Papers and one of the main reporters on the Paradise Papers [...]. I spent months in the data digging up stories, did the research along with my colleagues, found experts, conducted interviews, confronted the subjects of our investigations, wrote TV documentaries, TV and radio news stories, long form online features, did dozens of live broadcasts in English and French, and was the main liaison with the ICIJ and other colleagues.«

Rollen innerhalb des Netzwerks

Die Bedeutung des ICIJ als zentrale Koordinierungsinstanz wird noch deutlicher, wenn man die Beteiligten nach den wichtigsten Ansprechpartnern fragt, die sie während der Untersuchung hatten. Abbildung 1 zeigt das Netzwerk unserer Befragten. Die Größe eines Knotens gibt die Bedeutung einer Person an, basierend darauf, wie oft sie von anderen genannt wurde.

Abbildung 1
Partielles Netzwerk der ICIJ-Journalisten



Fünf Personen ragen besonders heraus. (1) Es überrascht nicht, dass Marina Walker (MW) als stellvertretende Direktorin des ICIJ eine zentrale Rolle im Netzwerk spielt. Die Befragten geben an, dass die Koordination von Artikeln und der Informationsaustausch neben dem kollaborativen Schreiben ihr wichtigster Beitrag war. Neben Walker sind (2) Will Fitzgibbon (WF) und (3) Petra Blum (PB) auch wichtige Ansprechpartner des ICIJ. Beide unterstützten die Beteiligten bei ihrer Recherche und erleichterten den Informationsaustausch. (4) Frederik Obermaier (FO) von der *Süddeutschen Zeitung* – als der Zeitung, die von der Quelle der *Panama Papers* angesprochen wurde – nimmt ebenfalls eine zentrale Position im Netzwerk ein. Seine Rolle ist stärker inhaltlich orientiert. Die Befragten betonten seine Bedeutung für den Informationsaustausch und die Zusammenarbeit in der Recherche. Wie jemand schreibt: Er leistete einen Beitrag zum »high level exchange of information and context, guidance«. Bei der *Süddeutschen Zeitung* war jedoch ein größeres Team beteiligt. Obermaier arbeitete eng mit Bastian Obermayer zusammen, der den ersten Kontakt zur anonymen Quelle hatte. Die Zeitung beschloss, die Daten mit dem ICIJ zu teilen. Schließlich (5) war auch Joachim Dyfvermark (JD) vom schwedischen Fernsehen ein wichtiger Partner für mehrere Befragte, die eng mit ihm zusammenarbeiteten, um einen bestimmten Aspekt oder eine bestimmte Person zu erforschen und die gesammelten Informationen auszutauschen.

Journalistische Recherchemethoden

Die Arbeit mit Informanten und Datenleaks ist eine sensible Angelegenheit. Wir wollten wissen, was die investigativen Journalisten über verschiedene Recherchemethoden denken. Tabelle 1 zeigt die Zustimmung zur Anwendung bestimmter Methoden und hebt die Mittel hervor, denen die Befragten besonders zustimmen.

Die Befragten sind sich einig in ihrer strikten Ablehnung von veränderten Zitaten und Fotos, aber auch in der Ablehnung von Geldgeschenken oder der Veröffentlichung nicht-verifizierter Inhalte. Eine weitere interessante Übereinstimmung ist, dass die meisten Befragten eine Bezahlung von Personen für Informationen strikt ablehnen. Obwohl investigative Reporter auf exklusive Informationen angewiesen sind, akzeptieren sie diese nur, wenn eine Quelle sie anbietet, ohne nach persönlicher Bereicherung zu suchen (was nicht ausschließt, dass eine Quelle versucht, Informationen an andere Akteure zu verkaufen).

Einige Methoden finden zumindest teilweise Zustimmung. Die meisten Befragten stimmen zu, dass es unter bestimmten Umständen akzeptabel ist, persönliche Dokumente wie Briefe und Bilder ohne Erlaubnis zu verwenden, in einer Firma oder Organisation zu arbeiten, um Insider-Informationen zu erhalten, oder versteckte Mikrofone oder Kameras zu verwenden. Diese drei Situationen sind klassische Methoden des investigativen Journalismus.

Tabelle 1

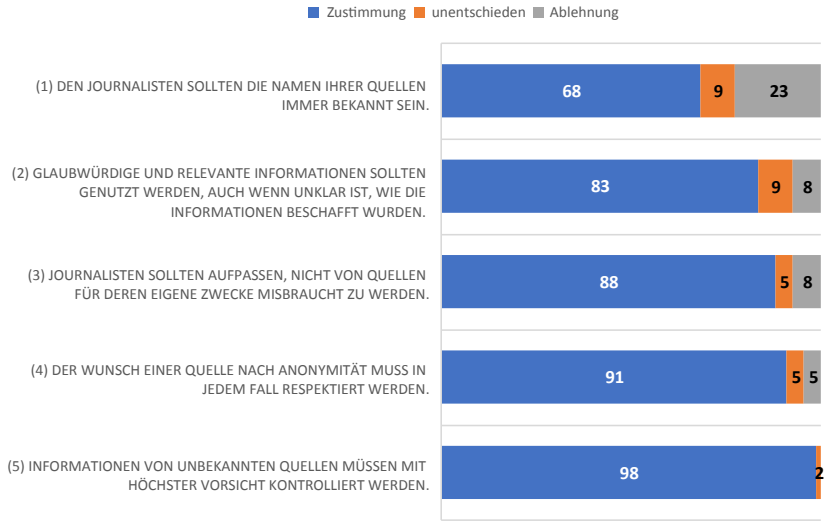
Zustimmung zu Recherchemethoden

	Immer gerecht-fertigt	Teilweise gerecht-fertigt	Unter keinen Umständen gerechtfertigt	n	M	SD	95% CI LL	UL
Leuten für vertrauliche Informationen Geld bezahlen	0	15	50	65	2.77	.43	2.67	2.88
Vertrauliche Unternehmens- oder Regierungsunterlagen benutzen ohne Genehmigung	26	36	3	65	1.65	.57	1.5	1.78
Sich als andere Person ausgeben	0	41	24	65	2.37	.49	2.24	2.48
Unwillige Informanten unter Druck setzen, um Informationen zu bekommen	1	23	41	65	2.62	.52	2.49	2.75
Private Unterlagen wie Briefe, Fotos von jmd. ohne dessen Zustimmung verwenden	3	48	14	65	2.17	.49	2.05	2.29
Sich als Mitarbeiter in Betrieb/Organisation bestätigen, um an interne Informationen zu gelangen	2	41	18	61	2.26	.51	2.13	2.39
Versteckte Mikrofone oder Kameras benutzen	0	59	6	65	2.09	.29	2.02	2.16
Verwenden von Rekonstruktionen oder dramaturgischer Aufbereitung von Nachrichten durch Schauspieler	2	33	23	58	2.36	.55	2.23	2.52
Geschichten mit nicht-verifiziertem Inhalt veröffentlichen	2	4	60	66	2.88	.41	2.78	2.98
Geld von Quellen annehmen	2	0	64	66	2.94	.35	2.86	3.02
Verändern oder Fabrizieren von Zitaten	2	1	63	66	2.92	.36	2.84	3.01
Verändern von Fotos	2	1	63	66	2.92	.36	2.84	3.01
Benutzen von nicht-autorisiertem Material (z.B. von Interviews)	2	37	24	63	2.35	.54	2.21	2.45
Sensible Informationen an NGOs weitergeben	4	29	27	60	2.38	.61	2.22	2.54

Anmerkung: Absolute Häufigkeiten, Mittelwerte (M), Standardabweichung (SD) und 95% Konfidenzintervalle (CI) mit unterer Grenze (LL) und oberer Grenze (UL) für den Mittelwert; Zustimmung zu einer 3-Punkt Skala; die Einfärbung der Zellen weist auf die Stärke der Übereinstimmung hin: Je dunkler die Zelle, desto unumstrittener ist ein Punkt unter den Befragten.

Andere Methoden sind umstrittener, z.B. ob es immer oder nur unter bestimmten Umständen gerechtfertigt ist, vertrauliche Geschäfts- oder Regierungsdokumente ohne Genehmigung zu verwenden. Die Hälfte der Befragten würde dieser Vorgehensweise nicht uneingeschränkt zustimmen und neigt daher dazu, darüber nachzudenken, welche Art von Informationen für Recherchen und Veröffentlichungen verwendet werden sollen. Ob es in Ordnung ist, unbefugtes Material (z.B. aus Interviews) zu verwenden oder Informationen an NGOs zu geben, ist für viele ebenfalls ein umstrittener Aspekt.

Abbildung 2
Leaks und Quellen



Anmerkung: N=66, relative Häufigkeiten (automatisch gerundete Zahlen addieren sich ggf. zu mehr als 100 Prozent); Befragte wurden um Zustimmung auf einer 5-Punkt Skala gebeten von 1 = komplette Ablehnung bis 5 = komplette Zustimmung; Antworten der Zustimmung bzw. Ablehnung wurden zu Anschauungszwecken zusammengefasst; Mittelwerte (M), Standardabweichung (SD) und Konfidenzintervalle (CI) pro Item: (1) *M* = 3,75; *SD* = 1,25; *CI* 95% [3,45; 4,05]; (2) *M* = 4.24; *SD* = .99; *CI* 95% [3,99; 4,48]; (3) *M* = 4,43; *SD* = 1,07; *CI* 95 % [4,17; 4,69]; (4) *M* = 4,69; *SD* = ,76; *CI* 95% [4,51; 4,87]; (5) *M* = 4,9; *SD* = ,43; *CI* 95 [4,79; 5]

Arbeiten mit Leaks und Quellen

Abbildung 2 zeigt die Einschätzungen von Journalisten zum Umgang mit Leaks und Quellen. Weitere Kontextinformationen über den Umgang der Befragten mit Leaks und Quellen konnten auch aus den offenen Antworten entnommen werden.

Die Antworten zeigen eine hohe Sensibilität für die Arbeit mit anonymen Leaks und Quellen. Obwohl es meist unbestritten ist, dass durchgesickerte Informationen verwendet werden sollten, wenn sie glaubwürdig und relevant sind (2), ist für fast alle klar, dass diese Informationen einer strengen Überprüfung bedürfen (5). Der Wunsch nach Anonymität der Quellen wird weitgehend akzeptiert (4), die meisten Befragten bevorzugen jedoch immer noch, dass die Quelle zumindest dem Journalisten bekannt ist (1). Die beiden Seiten der Arbeit mit anonymen Quellen sind im folgenden Zitat dargestellt:

> »You can even see it is an advantage when you do not know the identity of the source, because then you are sure not to reveal the source, even if there is a gun pointing at your head. The disadvantage is, of course, that it makes it much more difficult to guess the source's motivation for revealing the stuff, and thus you have to work even harder to make sure that the data are genuine, that they are not distorted or sorted out from a larger bundle to alter the understanding.«

Die Journalisten sind sich bewusst, dass Quellen und Informanten ihre eigene Agenda haben können, die Journalisten bei der Arbeit mit dieser Quelle beachten müssen (3). Mehrere Teilnehmer haben zu diesem Thema einer eigenen Motivation der Quellen Stellung genommen und betont, dass es notwendig, aber oft schwierig ist, die Beweggründe nachzuvollziehen.

> »Any source has a motivation; the specificity of journalism is to check and cross-check the information revealed by the source. The sources often speak to a journalist because they have an interest in doing so. Others have also spoken to us because of some idea of the common good, to help us in a case that we consider serious. My purpose as a journalist is to understand the interests of the sources, but what matters to me is whether the documents are authentic. Then see if what they say is of public interest or not.«

Allerdings ist es für einige Journalisten auch möglich, unbekannte oder undurchsichtige Absichten zu akzeptieren, wenn die offenbarten Informationen für die Öffentlichkeit relevant sind:

> »Sometimes sources have a personal interest in providing documents but I don’t care. For me it’s important to cover a story in public interest.«

> »We are used by people all the time with either good or bad intent. I can't police their intentions. I also deal with organized crime. I have to take and use information from people who are bad. I just have to mitigate the harm.«

Das Element des öffentlichen Interesses wird in mehreren Kommentaren hervorgehoben und ist demnach für die Befragten ein Leitprinzip, gegen das andere Aspekte wie die Anonymität der Quelle abgewogen werden müssen. Aber wie ein Journalist es ausdrückte: »Journalistic cooperation is based on trust [...] and we have to have a basic trust in each other.« Wie das gegenseitige Vertrauen zwischen Quelle und Journalist in einem spektakulären Fall wie den *Panama Papers* allmählich aufgebaut wird, beschreiben Obermayer und Obermaier (2016), die als erste von John Doe, der anonymen Quelle angesprochen wurden. In diesem Fall war es von großer Bedeutung, die Anonymität der Quelle zu wahren, nicht nur aus Gründen des Vertrauens, sondern auch aus Sicherheitsgründen. Obermayer und Obermaier geben zu, dass sie natürlich gerne die Quelle kennengelernt hätten und erfahren wollten, wie sie an eine so große Datenmenge gekommen war. Sie betonen aber, dass es letztlich wichtiger ist, dass die Daten von öffentlichem Interesse sind und dass diese als valide und glaubwürdig erhärtet werden können (Obermayer/Obermaier 2016: 69).

Der Umgang der ICIJ-Journalisten mit Leaks und Quellen unterscheidet sie in ihrem Rollenverständnis von anderen Akteuren, die ebenfalls auf Whistleblower setzen, wie die Plattform *WikiLeaks* und ihr Gründer Julian Assange. Auf die Frage, ob *WikiLeaks* einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft auf einer Skala von 1 (=überhaupt nicht einverstanden) bis 5 (=völlig einverstanden) leisten, stimmten die Befragten meist zu (M=3,85; SD=1,06; CI 95% [3,59; 4,11]). Allerdings sehen sie in Julian Assange klar einen politischen Aktivisten (M=4,39; SD=,81; CI 95% [4,2; 4,6]) und keinen Journalisten (M=1,69; SD=,93; CI 95% [1,46; 1,93]). Sie sind sich jedoch einig, dass Assange nicht für seine Enthüllungen bestraft werden sollte (M=4,16; SD=1,16; CI 95% [3,87; 4,45]). Unsere Befragung erfolgte, bevor Assange den Schutz der Botschaft Ecuadors in London verlor und von der britischen Polizei festgenommen wurde.

Die offenen Antworten, die die Befragten zu Assange gaben, weisen auf wichtige Aspekte hin: Viele Teilnehmer schreiben, dass sie die ungefilterte Veröffentlichung durchgesickerter Informationen nicht gutheißen, weil nicht alle Informationen von öffentlichem Interesse seien (und es die Aufgabe der Journalisten sei, nur das zu enthüllen, was von öffentlichem Interesse ist). Außerdem kritisieren viele, dass bestimmte Personen durch die Veröffentlichung aller Arten von (auch privaten) Informationen unnötig gefährdet oder geschädigt werden. Zudem vermuteten einige Befragte, dass Assange zweifelhafte Interessen hatte, und hinterfragten seine Materialauswahl.

> »Under JA [Julian Assange], WL [WikiLeaks] slowly morphed into a dangerous tool used to misinform/propagandize. As a reporter, I personally met with some people whose lives were directly threatened when WL released the State Department cables unredacted. It should be noted that the same

> cables redacted and curated by reporters were of great interest without having the same very negative consequences.«

Für investigative Reporter ist die Unterscheidung zwischen Journalismus und Aktivismus heikel und umstritten. Einige argumentieren, dass die Grenzen porös geworden sind (Russell 2016: 109-142); doch das Label »Journalist« ist immer noch ein wichtiger Faktor, wenn man vor einer Strafverfolgung wegen Geheimnisverrats oder ähnlichem geschützt werden will.

Edward Snowden hingegen wird etwas anders wahrgenommen: Die Befragten sind sich einig, dass er mit seinen Enthüllungen einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft geleistet hat ($M = 4{,}71$; $SD = {,}68$; CI 95% [4,55; 4,89]). Man nimmt ihn etwas weniger als politischen Aktivisten ($M = 3{,}87$; $SD = 1{,}02$; CI 95% [3,61; 4,13]), aber auch nicht als Journalisten ($M = 1{,}63$; $SD = 1{,}02$; CI 95% [1,37; 1,88]) wahr. Die Befragten stimmen noch deutlicher als bei Assange überein, dass er für seine Offenbarungen nicht bestraft werden sollte ($M = 4{,}63$; $SD = {,}87$; CI 95% [4,41; 4,86]). Snowdens Arbeit wird von denjenigen, die den Fall in unserer Studie kommentiert haben, sehr geschätzt:

> »Edward Snowden seems to be the classic whistle blower who acts in the interest of the public. He did a very radical and brave thing by leaking data from the NSA at a high personal cost.«

Herausforderungen und Hindernisse

Um ein besseres Verständnis für die Arbeit der investigativen Datenjournalisten zu bekommen, wollten wir auch wissen, womit sie zu kämpfen haben und was sie als die größten Hindernisse für ihre Arbeit empfinden. Wir fragten, ob die Journalisten Drohungen oder Belästigungen erlebt hätten und ließen sie ihre Erfahrungen beschreiben. Auf die Frage nach den Herausforderungen der Arbeit in Projekten wie den *Panama* oder *Paradise Papers* kamen häufig mehrere Aspekte zur Sprache:

- Große Datenmengen

Die erste und am häufigsten genannte Herausforderung war eindeutig der Umgang mit der Komplexität des Problems und der Daten. »Finding the needle in the haystack« – das bedeutet, die verborgenen, für die Öffentlichkeit relevanten Geschichten über Menschen, Unternehmen und deren Aktivitäten in den Daten zu finden. Um die komplexen internationalen Finanzgeschäfte und die undurchsichtigen Verflechtungen der Offshore-Strukturen zu durchdringen, mussten die Journalisten dieses System zunächst selbst verstehen und es dann ihrem Publikum erklären.

> »In both cases the main challenges were the size of the leaks and the difficult content – it was even more difficult to understand in Paradise Papers. In fact, some of the schemes were so complicated that not even the experts we consulted could help.«

Die Sorge, dass etwas Wichtiges verpasst oder übersehen werden könnte, spielt bei so großen Datenmengen immer eine Rolle.

- Geheimhaltung

Die strengen Geheimhaltungsregeln des ICIJ waren eine Herausforderung für mehrere Journalisten, die zunächst auf den Kontakt mit Experten verzichten mussten, um zu verstehen, was in den Daten verborgen war. Außerdem mussten die Reporter geduldig warten, bis sie die Betroffenen mit den Erkenntnissen aus den Leaks konfrontieren konnten.

> »The high level of secrecy was the main challenge – it was weird to be uncertain what was going to work as a story until very near to the end of the project – I found it difficult that I couldn't approach lots of people at the outset to get comment and context.«

- Einen Weg zur Veröffentlichung finden

Es ist nicht selbstverständlich, dass Informationen von hohem öffentlichem Interesse wie die *Panama* und *Paradise Papers* ihren Weg in die Öffentlichkeit eines Landes finden. Nicht jeder an der Recherche beteiligte Journalist hatte ein ›natürliches‹ Medium, um seine Geschichten zu veröffentlichen. Dies konnte insbesondere bei Journalisten aus Ländern mit mangelnder Pressefreiheit ein Problem sein.

> »Finding a medium that would publish the stories. Found one! Had to change jobs though …«

> »For the Panama Papers, the major challenge was to find a medium to publish my investigations. The newspaper where I worked had backtracked and I had to find another, just five days from the agreed date with the consortium colleagues to publish the investigations. I published them in a foreign medium. I resigned from the newspaper where I worked just after the publication of the first Panama Papers.«

Beide Beispiele zeigen, wie die Arbeit persönliche Konsequenzen für die Journalisten haben kann.

- Zeitdruck und verspäteter Start

Es ist nicht ungewöhnlich, dass im Journalismus strenge Fristen gelten. Die zentrale Deadline für die Freigabe aller Publikationen in den ICIJ-Projekten war jedoch für mehrere Personen in unserer Umfrage eine Herausforderung. Reporter, die zum Beispiel später zur Recherche dazustießen oder nicht an den Recherchen der *Panama Papers* teilgenommen hatten, sondern sich erst an den *Paradise Papers* beteiligten, mussten schnell den Umgang mit solchen Daten lernen und das Wissen einholen, das andere zuvor erworben hatten.

> »I was invited to join Panama Papers much later than the team had started. This deprived me of months of valuable research. At the end I was working 16 hours per day to catch up before the deadline and the parallel international publications.«

Mehrere Teilnehmer gaben auch an, dass sie entweder nicht in die ersten Runden der Datenfreigaben einbezogen wurden oder dass sie Schwierigkeiten hatten, weil für ihre Recherchen relevante Informationen erst zu einem späteren Zeitpunkt freigegeben wurden. Der Zeitdruck, den Termin für die Veröffentlichung einzuhalten, war für sie besonders hart:

> »Another big problem was that the material was uploaded in parts, so we got lots of new data to investigate just a couple of months before publishing. This happened in the Paradise Papers, where the best stories for us came from a list of names in a business registry – this data came just a couple of months before publishing. At that stage we changed our previous plan radically and started on new stories.«

- Koordination mit anderen Journalisten

Jeweils mehrere hundert Personen waren an den *Panama/Paradise Papers* beteiligt. Sie alle arbeiteten mit den gleichen Daten und verfolgten ein ähnliches Ziel: Relevante Geschichten in den Daten zu finden und ein Fehlverhalten der Mächtigen aufzudecken. Jeder hatte seinen eigenen Fokus, aber die Beteiligten mussten auch den Überblick behalten, was andere im Netzwerk taten, damit sie wichtige Entwicklungen nicht verpassten und sich ein Gesamtbild machen konnten. Wie wir bereits gesehen haben, hat die ICIJ-Zentrale in Washington DC eine Menge Koordinierungsarbeit geleistet. Dennoch konnte es eine große Herausforderung sein, nicht den Überblick darüber zu verlieren, wer an welchem Aspekt gearbeitet hat. Alle Ergebnisse zu teilen und auch die Arbeit der Kollegen zu überprüfen, war eine mühsame Aufgabe.

Vor allem die direkte Zusammenarbeit mit Journalisten außerhalb der eigenen Redaktion kann eine besondere Schwierigkeit darstellen. Wenn Journalisten nicht nur den Überblick behalten müssen, was andere tun, sondern sie an einer bestimmten Geschichte tatsächlich gemeinsam arbeiten, müssen noch mehr Aspekte berücksichtigt werden:

> »Keeping good communication with partner journalists was always a challenge, especially how/whether to approach people in question, when/whether to publish particular stories, or so. Each newsroom has its own values and, more than that, its own culture.«

- Suche nach zusätzlichen Informationen und Personen/Experten als Quellen außerhalb des Datensatzes

Damit verschiedene Beiträge und Geschichten sich auch zu einem Gesamtbild ergänzen konnten, mussten Informationen über die Daten hinaus gesammelt werden. In erster Linie brauchten Journalisten glaubwürdige Quellen, die erklären und klassifizieren konnten, was in den Daten gefunden wurde, zum Beispiel Experten für Finanztransaktionen, Steuerhinterziehung oder Betrug.

> »We had to find credible experts willing to take several days to look into the thousands of pages of documents linked to specific cases – and agree not to say anything about it until publication. They had to be willing to go on the record raising questions about powerful billionaires.«

Darüber hinaus sprachen die Informationen aus dem Datenleak keineswegs für sich selbst. Mehr Kontext war erforderlich, um ein vollständiges Bild zu zeichnen. Die Informationen mussten mit externen Quellen und Datenbanken (z.B. dem Grundbuchregister) ergänzt und verglichen werden.

Mangel an Ressourcen und Zugängen

Auf die Frage nach den Hindernissen für die investigative Berichterstattung wurden häufig mehrere Aspekte angesprochen. Am häufigsten wurde ein Mangel an finanziellen Mitteln erwähnt. Dies unterstreicht, was wir über die ökonomischen Schwierigkeiten der Medienbranche wissen und über die besondere Schwierigkeit, in den investigativen Journalismus als einen der teuersten und zeitaufwendigsten Bereiche zu investieren. Mangelndes Geld geht oft mit einem Mangel an Personal einher, das für die Abwicklung großer Projekte benötigt wird. Dementsprechend ist die Zeit, die sie für die Arbeit aufbringen konnten (neben anderen Verpflichtungen), für viele Befragte in der Regel ein besonders kostbares Gut.

Der Zugang zu Informationen ist ein weiterer kritischer Punkt für investigative Journalisten. Transparenzrichtlinien und Informationsfreiheitsgesetze sind in den meisten Ländern noch nicht Standard. Im Gegenteil, undurchsichtiges Regierungshandeln und fehlende Gesetze zum Zugang zu offiziellen Daten und Dokumenten behindern die Arbeit vieler Journalisten. Wenn diese dennoch versuchen, Informationen zu erhalten, können sie rechtlichen Konsequenzen und sogar Verfolgung ausgesetzt sein. Beleidigungsklagen wurden von mehreren Befragten als Beispiel für die Drohungen genannt, mit denen sie konfrontiert wurden.

Bedrohungen und Belästigungen

29 Personen in unserer Umfrage berichteten, dass sie während oder aufgrund ihrer Arbeit Bedrohungen oder Belästigungen ausgesetzt waren. Ein Befragter erinnerte uns in seiner Aussage daran, wie real die Gefahr ist, nachdem nicht lang zuvor eine Kollegin aus Malta, die mit dem ICIJ in Verbindung stand und an Aspekten der *Panama Papers* arbeitete, ermordet wurde.

Diejenigen, die auf Erfahrungen mit Bedrohungen und Belästigungen hinweisen, erwähnten verschiedene Aspekte. Der Druck der Justiz auf die Medien ist einer davon.

> »We were threatened by the tax authorities in our country. They demanded the Panama Papers and our editorial material. The authorities threatened to raid our offices and homes after publishing. The case went to administrative court. We won the case in autumn 2017, but the authorities took it to the last resort. That process is still ongoing.«

In einem anderen Fall sah sich ein Medium durch die Rücknahme von Werbegeldern bedroht. Die Angst vor solchen Auswirkungen kann auch dazu geführt haben, dass einige Befragte Schwierigkeiten hatten, eine Publikationsmöglichkeit zu finden, um ihre Arbeit über die Leaks überhaupt zu veröffentlichen.

Einige erwähnten auch die Gefahr von Gerichtsverfahren oder Strafverfolgungen, mit denen manche bereits persönliche Erfahrungen gemacht hatten, zum Beispiel:

> »I have been criminally prosecuted for more than two years by the Luxembourg authorities, along with my sources in the Lux Leaks story.«

Gewaltdrohungen oder sogar Morddrohungen (nicht immer in direktem Zusammenhang mit den Untersuchungen der *Panama* oder *Paradise Papers*) wurden von einigen Journalisten in unserer Umfrage ebenfalls erwähnt. Sie haben solche

Bedrohungen per E-Mail, Post, Telefon oder Social Media (z.B. Twitter oder WhatsApp) erhalten. Ein Befragter beschrieb, dass nicht nur er, sondern auch Teile seiner Familie bedroht worden seien.

Schließlich gaben die Befragten mehrere Beispiele dafür, wie sie Opfer von Hetzkampagnen und öffentlicher Diffamierung wurden:

> »I was lynched by media close to personalities compromised by investigations based on the Panama Papers. These media accused me of working on behalf of a foreign power that aims to destabilize the country and its government.«

> »One of my subjects in the Paradise Papers has been running a discreditation campaign against me for months. It included writing to the ICIJ and [the media outlet] to kick me out of the network. He is spreading lies, falsehoods, and complete fabrications.«

Diese Beispiele unterstreichen, dass die Arbeit in Projekten wie den *Panama* und *Paradise Papers* Journalisten einem persönlichen Risiko aussetzen kann, und laut den Kommentaren unserer Befragten gilt dies sogar für Menschen, die in Ländern arbeiten, in denen ein hohes Maß an Pressefreiheit angenommen wird. Die 29 Personen, die über Erfahrungen mit Bedrohungen und Belästigungen berichteten, kommen aus ganz unterschiedlichen Ländern. Darunter sind auch Staaten West- und Nordeuropas (z.B. Deutschland, Frankreich, Spanien, Schweden, Norwegen, Finnland), in denen sich die Journalisten meist über Hausdurchsuchungen und generell über Behörden beklagten, die versucht hätten, rechtliche Maßnahmen zur Offenlegung von Quellen und Material durchzusetzen. Dazu kommt, dass Journalisten auch belästigt werden, zum Beispiel auf Social-Media-Plattformen. Erfahrungen mit Gewalt werden eher von Journalisten außerhalb West- und Nordeuropas berichtet.

Diskussion und Schlussfolgerung

Aus unserer Kombination von quantitativen Umfragedaten und qualitativen Ergänzungen konnten wir Einblicke in die Arbeit von Journalisten gewinnen, die an den Recherchen der *Panama* und/oder *Paradise Papers* des International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ) beteiligt waren. Das ICIJ ist ein bemerkenswertes Netzwerk von investigativen Journalisten weltweit und ein interessantes Objekt für die Journalismusforschung. Ein Verständnis für die Arbeit von Journalisten in diesem Netzwerk zu gewinnen, kann uns helfen, den Wandel des Journalismus zu ergründen.

In Zeiten wirtschaftlicher Schwierigkeiten, mit denen viele Medien weltweit konfrontiert sind, verbunden mit politischem Druck auf die Pressefreiheit auch in demokratischen Ländern, wird es schwieriger für den Journalismus, seine Kontrollfunktion auszuüben und das Fehlverhalten politischer und wirtschaftlicher Eliten aufzudecken. Während viele gesellschaftliche Probleme von globaler Natur sind – Klimawandel, Finanzkrisen, Terrorismus usw. – ist der Journalismus in vielerlei Hinsicht noch immer eine auf nationale Öffentlichkeiten ausgelegte Angelegenheit. Um mit Globalisierungsprozessen und international verflochtenen Entwicklungen und Ereignissen Schritt zu halten, müssen journalistische Arbeitsabläufe und Strukturen entsprechend angepasst werden. Eine Kooperation wie die unter dem Dach des ICIJ bietet eine Lösung durch den Aufbau einer internationalen Infrastruktur und eines grenzüberschreitenden Unterstützungssystems für investigative Journalisten und ihre Redaktionen.

Wie wir gesehen haben, kann die Netzwerkstruktur Journalisten helfen, mit großen Mengen an Informationen umzugehen, Geschichten in komplizierten Systemen und Daten zu finden und Hintergrundmechanismen und globale Zusammenhänge zu verstehen, in denen Missstände erwachsen können. In internationalen Teams können Fähigkeiten und Kenntnisse zum gemeinsamen Nutzen geteilt werden.

Dennoch ist die Arbeit in solchen Strukturen eine Herausforderung. Grenzüberschreitende Kooperationen sind heute durch moderne Kommunikationsmittel einfacher zu pflegen, aber die Koordination und Organisation der gemeinsamen Arbeit erfordert immer noch viel Aufwand. Die Struktur des ICIJ mit Sitz in Washington D.C., das die Infrastruktur der Projekte bereitstellt und die beteiligten Journalisten und Medien unterstützt, ermöglicht eine Zusammenarbeit dieser Größenordnung. Gemeinsame professionelle Normen, auf denen die Kooperation aufgebaut werden kann, dienen als professioneller Kitt zwischen den Beteiligten. Unsere Ergebnisse untermauern dies. Zentrale Personen aus der ICIJ-Zentrale sind wichtige Koordinatoren und Ansprechpartner auch für die eigentliche Produktion journalistischer Beiträge. Die in den Projekten zusammengeführten Journalisten sind sich weitgehend darin einig, wie professionell und investigativ gearbeitet wird, welche Recherchemethoden angemessen sind und wie mit Quellen unter Berücksichtigung des öffentlichen Interesses umgegangen werden soll. Diese gemeinsamen Normen können dann auch hilfreich sein, um Schwierigkeiten auszugleichen, die in gemischten Teams aufgrund unterschiedlicher redaktioneller Anforderungen oder der redaktionellen Ausrichtung eines Mediums auftreten.

Dennoch hat das ICIJ als hochstrukturierte Organisation mit intensiver Zusammenarbeit (Heft/Alfter/Pfetsch 2017) auch strenge Regeln, denen die Mitglieder folgen müssen, was nicht immer einfach für alle ist. Beispiele aus unserer Studie zeigten, dass mehrere Personen Probleme damit hatten, dass sie im Vor-

feld ihrer Berichterstattung weder mit bestimmten externen Experten sprechen noch die Betroffenen der Recherchen mit größerem Vorlauf konfrontieren durften. Zentrale Personen innerhalb eines solchen Netzwerks können helfen, das gesamte Projekt zu koordinieren und zusammenzuhalten. Wir haben in der Netzwerkanalyse gesehen, dass einige wenige Beteiligte – drei davon in der ICIJ-Zentrale – eine zentrale Position einnehmen. Aber – was nicht übersehen werden sollte – solche Positionen gehen Hand in Hand mit Machtunterschieden und Wissensvorsprüngen. Darüber hinaus sind die demokratischen Strukturen des ICIJ eher undurchsichtig, zum Beispiel die Ernennung der Leitungsgremien. Es ist schwer, die Prozesse der Aufnahme in das Konsortium zu durchschauen (Candea/Krüger 2018). Journalisten konnten nicht einfach so der Organisation beitreten; sie mussten vorgeschlagen und ernannt werden. Es ist schwierig, öffentliche Informationen über die Auswahlkriterien und Entscheidungsträger zu finden. Eine Organisation wie das ICIJ ist auf viel Vertrauen zwischen den Mitgliedern im Allgemeinen und den Teilnehmern an konkreten Projekten im Besonderen angewiesen. Sie muss sicherstellen, dass die Journalisten die gleichen oder zumindest sehr ähnliche berufliche Normen teilen und dass Aspekte des Wettbewerbs zwischen verschiedenen Journalisten und Medienorganisationen die Zusammenarbeit nicht beeinträchtigen.

Der journalistische Erfolg von Netzwerken wie dem ICIJ ist mit offensichtlichen Vorteilen verbunden: Investigativer Journalismus ist ein riskantes und zeitaufwendiges Geschäft. Je mehr (gut ausgebildete) Journalisten zusammenarbeiten, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie relevante Geschichten finden – und desto mächtiger können sie als »Wachhunde« (Watchdogs) in der Gesellschaft agieren. Wie unsere Studie aber auch zeigt, stehen investigative Reporter vor vielen Herausforderungen, und sie sehen sich selbst gefährdet durch Bedrohungen und Belästigungen. Das Aufdecken dubioser und krimineller Aktivitäten mächtiger Eliten rückt die Journalisten in die Schusslinie, was sich nicht nur an der Ermordung der maltesischen Journalistin Daphne Caruana Galizia im Jahr 2017 zeigte, sondern auch in den zahlreichen Antworten in unserer Umfrage. Die Befragten verwiesen auf persönliche Erfahrungen mit Repressionen und Strafverfolgung, die offenbar darauf abzielen, eine unabhängige journalistische Arbeit zu behindern. Auch wenn die internationale Zusammenarbeit das Risiko für investigative Journalisten nicht vollständig ausschalten kann, vermindert sie es zumindest bis zu einem gewissen Grad, da relevante Informationen nun nicht mehr nur in einer Hand gehalten werden.

Über die Autoren

Dr. Julia Lück (*1986) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Journalistischen Seminar des Instituts für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Ihre Forschungs- und Lehrinteressen konzentrieren sich auf (vergleichende) Journalismusforschung, politische Kommunikation, internationale und transnationale Kommunikation sowie auf Öffentlichkeit und medienvermittelte Deliberation. Sie promovierte an der Universität Mannheim mit einer Arbeit über die deliberative Qualität von narrativen Nachrichten in Deutschland, den USA und Brasilien. Kontakt: jlueck@uni-mainz.de

Dr. Tanjev Schultz (*1974) ist seit 2016 Professor für Journalismus am Institut für Publizistik und am Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Zuvor war er mehr als zehn Jahre lang Redakteur der Süddeutschen Zeitung. Seine journalistischen Texte wurden mit mehreren Preisen ausgezeichnet, 2018 gehörte Schultz zu den vom Medium Magazin gekürten »Journalisten des Jahres«. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören der investigative Journalismus, journalistische Darstellungsformen und die Demokratietheorie. Er hat Philosophie, Psychologie, Kommunikationswissenschaft und Germanistik in Berlin, Hagen und Bloomington (USA) studiert und an der Universität Bremen in Politikwissenschaft promoviert. Kontakt: tanjev.schultz@uni-mainz.de

Literatur

Abdenour, Jesse (2018): Inspecting the Investigators. An Analysis of Television Investigative Journalism and Factors Leading to Its Production. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95 (4), S. 1058-1078

Alfter, Brigitte (2017): *Grenzüberschreitender Journalismus: Handbuch zum Cross-Border-Journalismus*. Köln, Herbert von Halem

Bernstein, Jake (2017): Secrecy world: *Inside the Panama papers investigation of illicit money networks and the global elite.* New York, Henry Holt and Company

Boyles, Jan Lauren; Meyer, Eric (2016): Letting the Data Speak. In: *Digital Journalism*, 4 (7), S. 944-954

Candea, Stefan; Krüger, Uwe (2018): Oligarchization and Data Feudalism in Cross-Border Journalism: A Critical Analysis of Global Non-Profit Investigative Networks. Paper presented at the joint conference of the DGPuK devisions »Journalistik/Journalismusforschung« and »Internationale und Interkulturelle Kommunikation«: »Journalism Across Borders – The Production and ›Produsage‹ of News in the Era of Transnationalization, Destabilization and Algorithmization«, Technische Universität Ilmenau, September 26.-28.

Carson, Andrea; Farhall, Kate (2018): Understanding Collaborative Investigative Journalism in a »Post-Truth« Age. In: *Journalism Studies*, 19 (13), S. 1899-1911

Castell, Frederik von; Schultz, Tanjev; Glasstetter, Gabriele (2018): Vernetzung durch Datenjournalismus – Stabilität und Wandel von Redaktionsstrukturen. In: Eilders, Christiane; Jandura, Olaf; Bause, Halina; Frieß, Dennis (Hrsg.): *Vernetzung. Stabilität und Wandel gesellschaftlicher Kommunikation.* (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 45). Köln, Herbert von Halem, S. 24-41

Coddington, Mark (2014): Clarifying Journalism's Quantitative Turn. In: *Digital Journalism*, 3 (3), S. 331-348

Ettema, James S. (2007): Journalism as reason-giving. Deliberative democracy, institutional accountability, and the news media's mission. In: *Political Communication,* 24 (2), S. 143-160

Felle, Tom (2015): Digital watchdogs? Data reporting and the news media's traditional ›fourth estate‹ function. In: *Journalism*, 17 (1), S. 85-96

Gearing, Amanda (2014): Investigative journalism in a socially networked world. In: *Pacific Journalism* Review, 20 (1), S. 61-75

Gerli, Matteo; Mazzoni, Marco; Mincigrucci, Roberto (2018): Constraints and limitations of investigative journalism in Hungary, Italy, Latvia and Romania. In: *European Journal of Communication*, 33 (1), S. 22-36

Hamilton, James (2016): *Democracy's detectives. The economics of investigative journalism.* Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press

Hampton, Mark (2012): The Fourth Estate Ideal in Journalism History. In: Allan, Stuart (Hrsg.): *The Routledge companion to news and journalism.* Rev. ed. London, New York, Routledge (Routledge companions), S. 3-12

Hanitzsch, Thomas (2011): Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries. In: *International Communication Gazette*, 73 (6), S. 477-494

Hanusch, Folker; Hanitzsch, Thomas (2017): Comparing Journalistic Cultures Across Nations. In: *Journalism Studies*, 18 (5), S. 525-535

Heft, Annett; Alfter, Brigitte; Pfetsch, Barbara (2017): Transnational journalism networks as drivers of Europeanisation. In: *Journalism*, S. 1-20

Higgins Joyce, Vanessa de Macedo; Saldaña, Magdalena; Schmitz Weiss, Amy; Alves, Rosental C. (2017): Ethical perspectives in Latin America's journalism community. A comparative analysis of acceptance of controversial practice for investigative reporting. In: *International Communication Gazette*, 79 (5), S. 459-482

Kaplan, David E. (2013): *Global Investigative Journalism. Strategies for Support. A Report to the Center for International Media Assistance.* Washington, Center for International Media Assistance

Matzat Lorenz (2016): *Datenjournalismus: Methode einer digitalen Welt.* Köln, Herbert von Halem

Obermayer, Bastian; Obermaier, Frederik (2016): *Panama Papers. Die Geschichte einer weltweiten Enthüllung: Wie wir die versteckten Milliarden von Premierministern, Diktatoren, FIFA-Funktionären, Konzernlenkern und Superreichen fanden - und die geheimen Gelder von Putins innerstem Zirkel.* Köln, Kiepernheuer & Witsch

Russell, Adrienne (2016): *Journalism as Activism. Recoding Media Power.* Cambridge, Polity

Stalph, Florian (2017): Classifying Data Journalism. In: *Journalism Practice*, S. 1-19

Starkman Dean (2015): *Watchdog that didn't bark - the financial crisis and the disappearance of investigative journalism.* New York, Columbia University Press

Stetka, Vaclav; Örnebring, Henrik (2013): Investigative Journalism in Central and Eastern Europe. In: *The International Journal of Press/Politics*, 18 (4), S. 413-435

Svensson, Marina (2016): The rise and fall of investigative journalism in China. Digital opportunities and political challenges. In: *Media, Culture & Society*, 39 (3), S. 440-445

Wahl-Jorgensen, Karin; Hunt, Joanne (2012): Journalism, accountability and the possibilities for structural critique: A case study of coverage of whistleblowing. In: *Journalism*, 13 (4), S. 399-416

Woodall, Angela (2017): Media capture in the era of megaleaks. In: *Journalism*, S. 1182-1195

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 2/2019, S. 118-133
2. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-22019-9852-de

Aufsätze

Petra Herczeg

»Die Weltgeschichte kümmert sich zu wenig um Sonnenstrahlen«

Die politische und soziale Dimension im journalistischen Werk von Joseph Roth

Abstract: **Joseph Roth (1894 bis 1939) war nicht nur einer der bedeutendsten Erzähler des 20. Jahrhunderts, der mit Werken wie »Hiob« und »Radetzkymarsch« einem großen Publikum bekannt wurde und dessen literarische Werke auch verfilmt wurden. Er hat ein ebenso umfangreiches journalistisches Schaffen hinterlassen. Sowohl seine literarischen als auch seine journalistischen Tätigkeiten sind von präzisen Beobachtungen und einem soziologischen Blick auf Mensch und Gesellschaft geprägt. In diesem Beitrag wird das journalistische Werk von Joseph Roth analysiert, vor allem sein journalistisches Wirken gegen den aufkommenden Nationalsozialismus, sowie seine Aktualität für den Journalismus heute diskutiert.**

In der deutschsprachigen Rezeption seines Werkes wird immer wieder zwischen dem Journalisten, Feuilletonisten und Dichter Joseph Roth unterschieden. Essenziell für die Rezeption des Werkes von Joseph Roth ist aber gerade die Verschränkung seines journalistischen und literarischen Wirkens. Hackert verweist auf »klassische englische Autoren wie Defoe oder Dickens, deren Beiträge zu journalistischen Genres per se nicht geringer bewertet werden als ihre Erzählwerke« (Hackert 2013: 5). Er fügt hinzu, dass »Fiction« in diesem Kontext keinen Wert an sich darstellt »der ihren Textsorten eine höhere Qualität« (Hackert 2013: 5) zuschreiben würde. Dieser Hinweis, der sich auf Defoe und Dickens bezieht, besitzt auch für das Werk von Roth seine Gültigkeit. Das zeigt auch die sechsbändige Werkedition, die 1992 herausgegeben worden ist und »zur Hälfte aus literarischen und journalistischen Arbeiten« (Haas 1999: 259) besteht.

Hackert zitiert Arbeiten von Helen Chambers (2013), die auf die Modernität von Roths Werk verweist, »wenn sein Denken und Schreiben die Frage der menschlichen Identität umkreist. Sie bildet einen Schwerpunkt der Motivik im Erzählwerk wie in den Zeitungstexten, wobei die Verflechtung von Erfundenem und Erfahrenem, von ›fiction‹ und ›faction‹ ebenso im Buch- wie im Zeitungsmedium zu finden ist, wo der Fortsetzungsroman abschnittsweise seiner Buchfassung vorausgeht« (Hackert 2013: 6).

Genau diese Verknüpfungen sind charakteristisch für das Werk von Joseph Roth und dokumentieren einerseits die Vielfältigkeit des Oeuvres und andererseits die Schwierigkeit das Rothsche Werk einzuordnen.

Roth war sein ganzes Leben lang auch Journalist, die meisten seiner erzählerischen Werke erschienen als Vorabdrucke in Zeitungen (vgl. Westermann 1987). Seinen letzten journalistischen Text »Die Eiche Goethes in Buchenwald« – mit dem Zusatz von fremder Hand: »Letzter Artikel vor seinem Tode Montag 22. V. 1939« (JR Werke 3, 1991: 946) – schrieb er wenige Tage vor seinem Tod am 27. Mai 1939 in einem Pariser Armenkrankenhaus.

In der wissenschaftlichen (und auch öffentlichen) Rezeption ist der Journalist Joseph Roth – wie auch Hannes Haas schreibt – sehr spät als Reporter entdeckt worden. »Unverständlich nicht nur wegen der Qualität, sondern auch des Umfangs seines journalistischen Werks« (Haas 1999: 259).

Zur Veranschaulichung sei dazu vermerkt, dass Roth zwischen den beiden Weltkriegen mehr als 1.300 Artikel verfasste. Seine ersten journalistischen Texte schrieb Roth – der sich 1916 als Freiwilliger für den Ersten Weltkrieg gemeldet hatte – für die Kriegszeitung der 32. Infanterietruppendivision, die jedoch 1917 eingestellt wurde (vgl. Westermann 1989: 1110).

Joseph Roth, 1894 in Brody, Galizien geboren, erlebte unterschiedliche gesellschaftliche Entwicklungen, die sowohl sein literarisches als auch journalistisches Werk nachhaltig prägten: Die Entwicklung der Großstadt im Industriezeitalter, die damit einhergehende Ausbildung unterschiedlicher Milieus, den Ersten Weltkrieg, den Zusammenbruch der k. u. k.-Monarchie, die Kriegsheimkehrer, das Elend der Menschen, den Aufstieg von Adolf Hitler, die Verfolgung der Juden und andersdenkenden Menschen und das Exil.

Nach dem Ersten Weltkrieg veröffentlichte Roth journalistische Texte für die »A.Z. am Abend« (Abendblatt Arbeiterzeitung am Abend) und die Zeitschrift »Die Filmwelt« in Wien. Roth, der sich auch in einer Tradition mit Peter Altenberg, Karl Kraus und Alfred Polgar sah (vgl. Bronsen 1974), hat bei Alfred Polgar seine ersten Beiträge als junger Journalist veröffentlicht. Polgar war Literaturredakteur bei der pazifistischen Wiener Wochenzeitschrift »Der Friede«. Er folgte dann auch Alfred Polgar, als dieser Feuilletonchef der neu gegründeten Tageszeitung »Der Neue Tag« wurde. Roths erstes Feuilleton wurde 1919 in »Der neue Tag« publiziert. Das Blatt wurde zwar nach nur 15 Monaten wieder einge-

stellt, aber bereits in diesem einen Jahr zeigte sich die ungeheure Produktivität von Joseph Roth. Er verfasste mehr als hundert Artikel, Berichte und Feuilletons für die Zeitung.

Die Rückkehr nach Wien – nach dem Ersten Weltkrieg – war schwierig, Roth fand eine Welt vor, die aus den Fugen geraten war, es herrschten chaotische Verhältnisse, kriegstraumatisierte und kriegsversehrte Menschen irrten umher, das Habsburger Reich gab es nicht mehr, und so wurden die Kriegsfolgen zu einem der zentralen Themen für Joseph Roth. Sein journalistisches Vorgehen beschrieb Roth so: »Jedes Ereignis von Weltgeschichtsqualität muß ich auf das Persönliche reduzieren, um seine Größe zu fühlen und seine Wirkung abzuschätzen. Gewissermaßen durch den Filtrierapparat ›Ego‹ rinnen lassen und von den Schlacken der Monumentalität befreien. Ich will sie aus dem Politischen ins Menschliche übersetzen« (JR Werke 1, 1921: 570). So beginnt seine Reportage über Oberschlesien, wo er sich von seiner subjektiven Perspektive aus mit der Situation von Arbeitern befasst, die im Kohlebergwerk arbeiten. Roth folgert: »Ich gäbe viel darum, wenn ich wüßte, wie viele von den hundertfünfundzwanzigtausend noch das letzte Flirren eines Sonnenstrahls erwischen. Die Weltgeschichte kümmert sich zu wenig um Sonnenstrahlen« (JR Werke 1, 1921: 571).

In seinen Ausführungen verbindet er die private Perspektive mit der öffentlichen, indem er die Verstrickungen der Individuen in das Weltgeschehen thematisiert. Ihm war bewusst, wie er seine Artikel zu gestalten hatte, um das Publikum zu erreichen. »Der Perspektivenwechsel gehört zu den klassischen Strategien in der Reportage. Er dient in erster Linie dazu, das Interesse des Lesers zu fesseln und zu bewahren« (Chambers 2013: 51). Vielfältige Zugänge, »immer neugierig, immer darauf bedacht, seinen vor allem bürgerlichen Lesern das nahe Leben, an dem sie achtlos vorüber gingen, vor Augen zu halten« (Ortheil 1992: 67) – das war das journalistische Programm und Selbstverständnis von Joseph Roth.

Das »Soziale« in den Reportagen von Joseph Roth

Als ein wichtiges Kriterium für Sozialreportagen gilt die Authentizität, die sich darin manifestiert, dass der Reporter am Ort des Geschehens war, von seinen Beobachtungen ausgehend die Geschehnisse und Akteure beschreibt und daraus seine Schlussfolgerungen ableitet. Joseph Roth hat nach dem Ersten Weltkrieg zunächst in der Rubrik »Wiener Symptome« für die Zeitung »Der Neue Tag« das Leben der Individuen in einer Zeit der wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Not beobachtet und beschrieben. In der Reportage »Von Hunden und Menschen« schreibt er 1919:

> »Zu den vielen Straßenbildern des Wiener Kriegselends hat sich seit einigen Tagen ein neues gesellt: Ein vom Krieg zum rechteckigen Winkel konstruierter Mensch – Invalide mit Rückgratbruch – bewegt sich auf eine fast unerklärliche Weise durch die Kärntnerstraße und kolportiert Zeitungen. Auf seinem mit dem Trottoir eine Horizontale bildenden Rücken sitzt – ein Hund. Ein wohldressierter, kluger Hund, der auf seinem eigenen Herrn reitet und aufpaßt, daß diesem keine Zeitung wegkommt. Ein modernes Fabelwesen: eine Kombination von Hund und Mensch, vom Kriege ersonnen und vom Invalidenjammer in die Welt der Kärntnerstraße gesetzt. Ein Zeichen der neuen Zeit, in der Hunde auf Menschen reiten, um diese vor Menschen zu bewachen. Eine Reminiszenz an jene große Zeit, da Menschen wie Hunde dressiert und in einer sympathischen Begriffskombination als ›Schweinehunde‹, ›Sch...hunde‹ usw. von jenen benannt wurden, die selbst Bluthunde waren und so nicht genannt werden durften« (JR Werke 1, 1919: 95).

In diesem Ausschnitt zeigt sich, wie Roth die Perspektive eines einzelnen Menschen mit der gegenwärtigen Situation verknüpft und aufzeigt, wie sich der Krieg auf die Individuen ausgewirkt hat – die Menschen erhalten dadurch einen Status als Subjekte –, und auch wie Kritik am politischen System geübt werden kann.

In der Reportage »Die Insel der Unseligen« berichtet Joseph Roth über das psychiatrische Krankenhaus am Steinhof in Wien:

> »Da liegt sie, die Gartenstadt der Irrsinnigen, Zufluchtsort an dem Wahnsinn der Welt Gescheiterter, Heimstätte der Narren und Propheten. [...] Die Häuser sind alle gleich gebaut und heißen ›Pavillon‹, haben römische Ziffern an der Stirnseite und fest verschlossene Pforten. Um manche ist ein Garten gebaut, und dort lustwandeln, sitzen, laufen, stehen die Hausbewohner herum. Es ist gerade die Zeit, da sie an die Luft geführt werden« (JR Werke 1, 1919: 23).

Hier widmet sich Roth einer Gruppe von Menschen, die von der Mehrheitsgesellschaft mehr als oft vergessen werden:

> »Ein Mann hockt auf dem Boden und müht sich vergeblich, deutliche Kreise in die noch harte Erde zu zeichnen. Ein anderer bewegt die Fäuste, dreht eine Faust nach innen, hält die andere waagrecht und still und verfolgt aufmerksam jede seiner eigenen Bewegungen. Aber um andere Häuser ist es still, da ist kein Garten. [...] Dann kommt das Wiedersehen. Manche

> Kranke sind erfreut über den Besuch, manche sind verstört, nichts wissen wollend, die einen lachen, die andern weinen. Aber fast alle, die ich sah, durchsuchen zuerst die Taschen, die meisten freuen sich mehr über das Mitgebrachte als über den Besuch« (JR Werke 1, 1919: 23f.).

Roth beschreibt die Menschen in der Anstalt respektvoll und führt mit ihnen auch Interviews, um von ihnen selbst zu erfahren, wie es ihnen geht und wie sie ihre Situation einschätzen. Am Ende seiner Reportage vermerkt er unter der Unterkapitelüberschrift »Abschied«:

> »Offen gestanden: Es fällt mir schwer. Abend hüllt die Insel der Unseligen – oder Seligen? – in blauen Dunst. Vielleicht hat er recht, der kleine Professor? Ist die Welt nicht ein Tollhaus? Und ist es nicht praktisch, sich rechtzeitig ein warmes Plätzchen im ›Steinhof ‹[1] zu sichern? Ich werde es vielleicht doch tun. Und – eine Zeitung gründen. Ich suche auf diesem Wege Mitarbeiter ...« (JR Werke 1, 1919: 27).

In diesem journalistischen Text nimmt Roth Perspektivenwechsel vor, er erzählt von der Innensicht der Patienten und kombiniert diese mit seinen eigenen Beobachtungen und Fakten wie dem Abdruck des Speiseplans, den Gesprächen mit den Ärzten. Er lässt die Frage offen, ob wirklich die Insassen die »Verrückten« sind. Sehr plastisch und atmosphärisch dicht schildert Roth seine Erlebnisse.

Nach der Einstellung der Zeitung »Der Neue Tag« übersiedelt Roth 1920 auf der Suche nach neuen Verdienstmöglichkeiten nach Berlin. Der »Reisende mit Traglasten« – in Anlehnung an eine Reportage von Roth aus dem Jahr 1923 – wird einer der bestbezahlten Journalisten seiner Zeit. In seinen Artikeln widmet er sich unterschiedlichen Themen, unternimmt Reisen und verfasst auch Buchrezensionen, Theater- und Filmkritiken, die, wie Westermann bemerkt, oft nur eine reine Pflichterfüllung waren: »Eine zündende Idee, eine brillante Formulierung – der Rest dann einfach floskelreiche Routine« (Westermann 1989: 1113).

Joseph Roths Berichte über den »Leipziger Prozess gegen die Rathenau-Mörder« (1922)

Roth äußerte sich in seinen Berichten für die »Neue Berliner Zeitung – 12-Uhr-Blatt« über den Prozess gegen die Mörder von Walther Rathenau. Der Außen-

1 Joseph Roth hat es nicht mehr erlebt, aber Steinhof in Wien war kein »warmes Plätzchen« in der NS-Zeit, sondern wurde im Gegenteil zu einem Ort des Schreckens und des Grauens: Zum Zentrum der NS-Medizinverbrechen. Vgl.: http://gedenkstaettesteinhof.at/de/ausstellung/wien-steinhof

minister war von Mitgliedern der rechtsextremen »Organisation Consul« (OC) ermordet worden. Die nationalistische Presse hatte davor heftig gegen Rathenau als Vertreter der »Judenrepublik« gehetzt. Joseph Roth schrieb neun Artikel über den Prozess, die in der Zeit vom 4. bis 13. Oktober 1922 in der »Neuen Berliner Zeitung« (seit 1919 mit dem Ergänzungstitel »Das 12 Uhr Blatt«) veröffentlicht wurden, sowie einen Beitrag für die sozialdemokratische Zeitung »Vorwärts«. In seiner Biografie über Roth schreibt Sternburg, dass dies die vielleicht besten politischen Reportagen Roths seien (2009: 259). Auch Westermann meint, dass die Ermordung von Rathenau für Roth ein »Schlüsselerlebnis« (1987: 120) gewesen sei. Rathenau wurde in seinem Auto umgebracht – es wurde sowohl eine Eierhandgranate in das Auto geworfen als auch mit einer Maschinenpistole auf ihn geschossen[2] (vgl. Mergenthaler 2014). Beim Prozess waren 13 vor allem junge Männer angeklagt, die Mittäter oder Helfershelfer bei dem Mord an Rathenau waren. Die beiden Haupttäter waren bereits tot: Der 23-jährige Jurastudent und Oberleutnant a.D. Erwin Kern war bei einem Schusswechsel durch die Polizei erschossen worden, der 26-jährige Ingenieur und Leutnant a.D. Hermann Fischer hatte sich selbst erschossen. Der Prozess stieß auf großes öffentliches Interesse, viele Menschen folgten der Verhandlung vor dem Staatsgerichtshof in Leipzig als Publikum. In seinen Berichten beschreibt Roth den Prozess in verschiedenen Abschnitten und konzentriert sich dabei auf eine präzise Darstellung der Szenerie und der einzelnen Angeklagten. Er stellt sogleich Verbindungen zwischen dem Verhandlungssaal und den angeklagten Personen her: »Der Saal, in dem die Verhandlung stattfindet, ist überflüssig mit Kaiserbildern tapeziert. Ölgemalte Zeugen der vergangenen Epoche, sprechen sie vielleicht für die Angeklagten, indem sie sie entschuldigen. Der gemalte Purpur und die zerfetzten Kleidungsstücke Rathenaus – ein Kontrast und ein Kausalzusammenhang zugleich« (JR Werke 1, 1922: 872).

Historische Details werden mit der damals aktuellen politischen Situation verwoben. Roth befasst sich auch sehr ausführlich mit der Tatwaffe. Die Angeklagten werden nicht nur mit der Mordwaffe in einen Zusammenhang gebracht, sondern ihre politische Gesinnung wird auch dazu parallel thematisiert:

> »Mit gleichgültiger Miene blicken die Angeklagten auf die Waffe, als wäre sie ein nebensächliches Küchengerät und nicht jenes Instrument, mit dem sie angeblich die Befreiung der Nation vollführen wollten. Gleichgültig erörtert Techow die Schnelligkeit dieser Waffe wie ein Sachverständiger im Schießfach, und um den Mund des Herrn Kapitänsleutnants Tillessen liegt ein Lächeln der Verachtung für alle jene Menschen im Saal, die so gar keine Ahnung haben von Waffen und Heldentaten. [...] Merkwürdig, daß die

2 Das Verdeck des Wagens von Rathenau war zurückgeschlagen.

> Sachverständigkeit des Mörders sofort aufhört, wenn das Thema politisch wird. Da vernimmt man, daß er überzeugt war von Rathenaus Zugehörigkeit zu den 300 Weisen von Zion, von der Verlobung seiner Schwester mit Radek, vom ›schleichenden Bolschewismus‹ und von der Schädlichkeit des Judentums. Von den zahlreichen Schriften Rathenaus hat er zwar nichts gelesen, weil ihn die Schießwissenschaft mehr interessierte, aber nicht einmal seine totale Unwissenheit zuzugeben ist er mutig genug. Einen einzigen Aufsatz von Rathenau will er gelesen haben, und zwar in Hardens ›Zukunft‹, deren Mitarbeiter Rathenau seit mehr als zehn Jahren nicht mehr war. Wozu lesen? Wozu sich überzeugen? Lieber gleich morden, was leichter ist« (JR Werke 1, 1922: 874f).

Roth schildert die Atmosphäre im Gerichtssaal und beobachtet das Publikum: »Die Hälse gierig gereckt, die Münder offen, als könnte man Worte essen, hockt oben eine Menge Feindseliger zusammen, von denen immer jeder seinen Nächsten auf die Anklagebank oder gleich aufs Schafott wünscht. Man sieht kein Ende. Dort oben wogt ein Meer menschlicher Sensationsbegier.« (JR Werke 1, 1922: 879) Und: »Ich staune über sechshundert Menschen täglich, die sieben bis acht Stunden lang nichts zu tun haben und vom Zuhören leben. Ihr Beruf ist ›Öffentlichkeit‹ sein. Sie leben anscheinend sehr gut, denn sie essen ausgiebig und geräuschvoll. Ihr Appetit wächst mit ihrer Neugier.« (JR Werke 1, 1922: 880) Und die Verteidiger: »müssen es sich gefallen lassen, hier porträtiert zu werden, da es in ihrem eigenen Interesse liegt, in einer Art juridischem Rampenlicht gesehen zu werden. Sie sind durchwegs kerzengerade, forsch und tragen eine unsichtbare Couleur« (JR Werke 1, 1922: 880).

Roth stellt die Angeklagten, die Verteidiger und das Publikum einander gegenüber und zeigt so die unterschiedlichen Machtstrukturen. Sternburg ist zuzustimmen, wenn er in seiner Roth-Biografie anmerkt, dass Roth nicht über die politischen Entwicklungen und Hintergründe geschrieben hat, sondern dass seine »Einblicke in das politische Drama der Republik« (Sternburg 2009: 261) eine bessere Beschreibung der gesellschaftlichen Zustände liefern, »als viele der Leitartikel, die zu diesem Thema erschienen« (Sternburg 2009: 261) sind. Durch die einzelnen Schilderungen wird »[d]ie Durchlässigkeit von Politik, Verbrechen und Justiz« (Wagner 2011: 236) von Roth in seinen Berichten sehr analytisch eingefangen. Und Mergenthaler analysiert, dass Roths Gerichtsreportagen über den Rathenau-Mord nicht die genauen Hintergründe der Verschwörung liefern würden, aber dafür genaue »prägnante psychologische Porträts« (Mergenthaler 2014: 98) der unterschiedlichen Akteure von den Angeklagten über den Richter, die Wachsoldaten, das Publikum, die Verteidiger, die Besucher, die Zeugen, den Oberreichsanwalt – über alle, die am Prozess in unterschiedlichen Funktionen beteiligt sind.

Mergenthaler beschäftigt sich in seinem Beitrag mit der politischen und ästhetischen Reichweite der Reportagen. Roth bezeichnet die Robe des Staatsanwalts als Toga, in der ein gefährlicher Vorsatz schlummere (vgl. JR Werke 1, 1922: 877). Durch die Verwendung des Begriffes »Toga« wird auf »das Habit klassischer Römer, der Bürger und Würdenträger des römischen Reichs« (Mergenthaler 2014: 100) verwiesen. Mergenthaler argumentiert weiter, dass Roth ausführt, dass so kein deutscher Staatsanwalt sprechen würde, sondern ein klassischer Römer. Roth zitiert Cicero mit »Wie lange noch, o Catilina? ...« (JR Werke 1, 1922: 885). Catilina, ein ausschweifend lebender römischer Senator, war bei seinem Putschversuch gegen die römische Republik 63 v. Chr. gescheitert. Als Konsequenz wurden den Konsuln umfassende Vollmachten ausgestellt, um die Stabilität im Reich zu gewährleisten. »Es bedurfte 1922 nicht sonderlich großer hermeneutischer Anstrengungen, um im Einräumen dieser Rechte eine Präfiguration des im Artikel 48 der Weimarer Verfassung angelegten Notverordnungsrechtes zu erblicken – schon allein deshalb nicht, weil der Reichspräsident von diesem Recht nach der Ermordung des Reichsfinanzministers Matthias Erzberger am 26. August 1921 bereits Gebrauch gemacht hatte [...]. Wenn Roth also die berühmte Eröffnung der ersten Rede zitiert, mit der Cicero seinen politischen Widersacher Catilina vor dem Senat zu überführen und in die Verantwortung zu nehmen sucht, dann durfte er, Roth, davon ausgehen, dass nicht wenige in der Lage waren, ihn in Beziehung zu setzen zur in Leipzig verhandelten Sache, der Mordsache Walther Rathenau.« (Mergenthaler 2014: 103)

Damit wird die Berichterstattung über den Prozess in einen weiteren politischen Zusammenhang eingebettet, in dem es nicht mehr nur um die detaillierte Charakterisierung der einzelnen Protagonisten geht, sondern darum, dass mit dem Mord ein Anschlag auf die Weimarer Republik selbst begangen worden ist. Diese Vorgangsweise ist typisch für Roth. Kritiker werfen ihm oft vor, dass er nicht eingehend recherchieren würde und mehr an den Schilderungen von Details interessiert wäre (vgl. Oei 2012: 32; Pott 2016) als an einer ganzheitlichen Darstellung. Roth bezieht aber eindeutig Stellung und überlässt es seinem Publikum, die Zusammenhänge selbst herzustellen. Er setzt damit auf eine aufgeklärte Leserschaft.

Joseph Roths Harzreise (1930/31) als Einblick in seine journalistischen Verfahrensweisen und den Umgang mit der Öffentlichkeit

Joseph Roth hat, wie 1824/26 Heinrich Heine, den er sehr verehrte, für die Frankfurter Zeitung eine Reise in den Harz unternommen. Allerdings erschienen nicht wie angekündigt fünf Artikel in dem Blatt, sondern nur drei (vgl. Wester-

mann, Nachwort 1989: 1073). Westermann vermutet, dass es Interventionen gegen die Berichterstattung gegeben haben könnte. Roths Texte waren als »Briefe aus dem Harz« – an einen »lieben Freund« gerichtet. Im ersten »Brief aus dem Harz« erläutert Roth sein journalistisches Vorgehen, indem er ausführt, wie er sich in den kleinen Städten umsieht. Die Beschreibung der Landschaften wechselt sich ab mit jenen der Menschen, die Joseph Roth trifft:

> »Ich sitze in kleinen Konditoreien, ich gehe in mittelgroße Kinos, ich esse in großen Bierlokalen, ich wandle durch späte Kneipen. [...] Ich kenne keinen Menschen, geschweige denn eine Seele. Reichswehrsoldaten kommen mir vertraut vor, nur weil ich auch einmal ein fremder Soldat in kleinen Garnisonen war. Aber ich sehe mir die Gesichter der Soldaten an: Nun sind sie mir fremd. [...] Auch die Schulkinder scheinen mir nah und verwandt« (JR Werke 3, 1930: 271).

Der »Meister der Miniatur« (Haas 1999) beobachtet die mitteldeutsche Kleinstadt und ihre Bewohner sehr genau. Durch »die Offenlegung des eigenen Standpunktes, also durch deklarierte Subjektivität wird eine Objektivität zweiter Ordnung erreicht« (Haas 1999: 243). Was Haas damit meint, zeigt sich in den weiteren Rothschen Schilderungen:

> »Kein Museum, keine Kirche kann mich für den unheilvollen Anblick entschädigen, den mir zum Beispiel das Schaufenster einer Buchhandlung in einer kleinen Stadt liefert: eine repräsentative Fülle von Dummheit, lyrischem Dilettantismus, mißverstandener idyllischer ›Heimatkunst‹ und einer phrasenreichen Anhänglichkeit an eine ›Scholle‹ aus Zeitungspapier und Pappendeckel, in der man höchstens einen Zylinder einpacken kann, die niemals ein Gefühl birgt, keinen Keim und keinen Samen. [...] Wieviel Gift in veilchenblauen Kelchen! Vom energiegeladenen Antlitz des welschen, aber großmütig dem Norden zugeneigten faschistischen Diktators, dessen Kinn an einen umgekehrten Stahlhelm erinnert, bis zu Adolf Hitlers Physiognomie, die alle Gesichter seiner Wähler vorweggenommen hat und in die jeder Anhänger sehen kann wie in einen Spiegel: Alles ist da, alles auf Lager [...]« (JR Werke 3, 1930: 274).

In diesem Abschnitt verbindet sich die Reisebeschreibung mit einer Kritik an der »Dumpfheit des öffentlichen Lebens« (JR Werke 3, 1930: 274) und damit daran, wie das politische System agiert. Roth bezieht sich hier – ohne explizit darauf einzugehen – auf die Septemberwahlen 1930 zum Reichstag, bei denen die NSDAP in der von Roth bereisten Region 22,2 Prozent der Stimmen erhalten hatte. »Aber es ist nicht die Art Rothscher Journalistik, solche Zahlen aufzufüh-

ren oder zu kommentieren, sondern die gesellschaftlichen Tendenzen in tatsächlich oder prätendiert eigenen Alltagsbeobachtungen [...] einzufangen« (Kröhnke 1998: 108). Sehr eindringlich und auch hellsichtig (vgl. Kröhnke 1998) beschreibt Roth die Stimmung in der Provinz. Er begibt sich in eine Konditorei und auch in ein Restaurant, um die Menschen und die Szenerie zu beobachten:

> »Ich trinke Bier und rauche Zigaretten, zu Assimilationszwecken und um nicht aufzufallen. [...] Ich muss also nicht nur Bier trinken und Zigarren rauchen, sondern auch eine Zeitung lesen. Sie hat´s, obwohl sie ein Amtsanzeiger ist, auf Severing[3] abgesehen und spottet der Demokratie. Sie verleiht mir ein beschäftigtes Aussehen, und keiner von den redseligen Herren wagt es, mich zu stören, als wäre ich mitten in einer Andacht. Die Gesinnung des Blattes beruhigt sie über die meinige. Und einer scheint dermaßen mit mir zufrieden zu sein, daß er sein Glas erhebt, um mir zuzutrinken. Ich antworte ihm ernst, aber charmant und fasse blitzschnell den Entschluß, ihm zu entrinnen« (JR Werke 3, 1930: 284).

Auch hier wird die journalistische Arbeitsweise Joseph Roths deutlich – der Wechsel der Perspektive, die Einbeziehung des Akteurs in das Umfeld und die Auswirkungen der gesellschaftlichen Entwicklungen auf das Individuum.

In seinem zweiten Brief mit der Überschrift »Der Merseburger Zauberspruch[4]« befasst sich Roth mit den Auswirkungen der Chemieindustrie der Leunawerke auf das bereiste Gebiet von Merseburg und Frankleben.

Die Leunawerke hatten das Dorf Runstedt bei Merseburg vernichtet, um Kalium zu gewinnen. Interessant an diesem Bericht ist, dass er über sein großes Vorbild Heinrich Heine und dessen Harz-Reise sehr brüsk und kritisch schreibt:

> »Heinrich Heine war, im Harz wenigstens, ein oberflächlicher Reisender. Was er sah und hörte, ward ihm vom Zufall zugeweht, dem trügerischen und gefährlichsten Freund der Schriftsteller. Es stieß ihm zu. Mit heiterem Gleichmut nahm er es auf, schrieb er es hin« (JR, Werke 3, 1930: 275).

3 Roth bezieht sich hier auf Carl Wilhelm Severing, einen sozialdemokratischen Politiker. Zwischen 1928 und 1930 war Severing Reichsinnenminster.

4 Die Merseburger Zaubersprüche sind in althochdeutscher Sprache erhaltene Texte und es sind zwei Strophen, die sich einerseits auf die Befreiung eines Gefangenen beziehen (Lösezauber) und darauf, dass ein verrenkter Pferdefuß geheilt wurde (Heilzauber) (vgl. Eichner/Nedoma 2014).

Im Vergleich zu Heine versucht Roth sein eigenes Vorgehen zu erläutern, denn:

> »Uns aber, lieber Freund, denen in einem langen und mörderischen Kampf mit den steinharten Tatsachen dieser Welt die Grazie allmählich abhanden kommt und denen Gott wahrlich keine Gunst mehr erweist, wenn er sie durch eine immer grausiger werdende Welt schickt, uns steht es nicht mehr an, die Anekdoten aufzulesen, die im Winde des Zufalls einherwehen, und von Begegnungen zu plaudern, die zu dem Ort, an dem sie stattgefunden haben, keine gültige Beziehung haben« (JR Werke 3, 1930: 275f.).

Und er kritisiert nicht nur Heine, sondern auch die Journalisten, die über bestimmte Ereignisse nicht berichten würden:

> »Die hurtigen Berichterstatter der hurtigen Zeitungen, die sich doch mit so jäher Begeisterung dem Unheil zuwenden und mit so großen Lettern die Katastrophen, die sich abspielen, zu geschilderten Katastrophen potenzieren, haben merkwürdigerweise manchmal die Neigung, den Donner, der einen Schrecken kündet, zu überhören und den Flammenschein einer unwahrscheinlichen Feuersbrunst zu übersehen« (JR Werke 3, 1930: 276).

Hier beklagt Roth, dass Journalisten nicht aufklären würden, nicht die Themen auswählen und publizieren würden, die informativ und für die (betroffenen) Menschen relevant sind. Roth spricht implizit die Rollenkonflikte an, in denen sich Journalisten befinden – und auch ethische Fragen, wie Max Webers Unterscheidung zwischen Verantwortungs- und Gesinnungsethik, wenn es darum geht, dass sich Journalisten dessen bewusst sein müssen, dass ihre Handlungen auch Folgen haben können und dass sie die Folgen ihres Tuns tragen müssen (Weber 1999). Diese journalistische Verantwortung wird von Roth thematisiert, wenn er schreibt, dass das Dorf »nicht nur umgebracht, sondern auch totgeschwiegen« (JR, Werke 3, 1930: 276) wurde; und nicht nur das, sondern: »Die nackten Tatsachen in ihrem grauenhaften Ausmaß zu berichten, verhinderte wahrscheinlich einfach die Furcht« (JR Werke 3, 1930: 277). Die Furcht davor, darüber zu berichten, bezieht sich vermutlich auf den Konzern IG Farben – der bis zum Zweiten Weltkrieg eines der größten Chemieunternehmen weltweit war. Westermann schreibt in seinem Nachwort, dass »Vertreter der IG Farben massiven Einfluß auf den Herausgeber [der Frankfurter Zeitung ausübten, P.H.], als Roth die Leunawerke als Giftgas-Produzenten attackierte. Vermutlich pfiff die Redaktion ihren Reporter sogar von der Harzreise zurück, denn die Artikelserie bricht plötzlich und unvermittelt nach drei Folgen ab« (Westermann 1991: 1073). Kröhnke weist aber darauf hin, dass nicht zu belegen sei, ob dies tatsächlich so war oder ob sich die Vermutung von Westermann nur auf einen Brief Roths an

seine Schwiegermutter bezieht, in dem er fünf Briefe aus dem Harz angekündigt hatte (vgl.Westermann 1991; Kröhnke 1998).

In seiner Merseburg-Reportage schildert Roth nicht nur die Zerstörung der Landschaft, sondern beschreibt auch, dass der Friedhof bzw. die Toten umgesiedelt worden seien. Er lässt dabei einen Arbeiter zu Wort kommen, der in der direkten Rede zitiert wird. Dieser bestätigt, dass der Friedhof übersiedelt worden sei. In dem Artikel kommentiert Roth auch die Situation der Bauern, die ihren Besitz verkauft hatten: »Aber der Krieg kommt, die Inflation, die sicheren Papiere lösen sich auf, die hungrige Weltwirtschaft schreit immer heftiger nach Kali und Kohle, die Besitzer fangen an, das Dorf Runstedt niederzureißen. Die Bauern ziehen mittellos weiter hinein ins Land, mit wertlosen, sicheren Papieren« (JR Werke 3, 1930: 280). Die unterschiedlichen gesellschaftlichen Entwicklungen werden miteinander verwoben, das Politische und Soziale miteinander verschränkt und die Folgen reflektierend eingebettet.

Joseph Roths journalistisches Verständnis ist stark geprägt von einem literarischen Zugang, wie ihn Herodot und Heinrich Heine hatten. 1921 schreibt Roth über das »Feuilleton« als Reaktion auf die »Kothurn[5]-Pathetiker« (JR Werke 1, 1921: 617), dass diese zwar Grammatik gelernt hätten, aber von ihnen auch das Unglück käme, denn sie seien Prediger und Entrüstete (JR Werke 1, 1921: 617): »Es gibt nämlich ganz entsetzliche Feuilletonisten. Aber das sind eben die Konduktpferde. Die Pathetiker, die zufällig unter den Strich geraten. Die Leichenbeschauer mit den erborgten Narrenschellen« (JR Werke 1, 1921: 618). Joseph Roth verwahrt sich gegen klischeehafte Beschreibungen, und an dieser Stelle wird auch deutlich, wie schwierig es ist, Joseph Roths Werk zu klassifizieren. Nach Kröhnke sei es kaum möglich, bei Roth die unterschiedlichen Gattungen »Reportage, Feuilleton, Reisebild scharf zu unterscheiden« (Kröhnke 1998, Fußnote 1: 121). Darauf verweist auch Rossbacher, der sich mit den apokalyptischen Phantasien im Merseburger Zauberspruch von Roth befasst hat (vgl. Rossbacher 1991) und eine Parallele zieht zwischen Roths Kritik an der durch Technisierung zerstörten Umwelt und dem zerstörerischen Wirken des Nationalsozialismus. Die gesellschaftlichen Entwicklungen beobachtete Roth sehr präzise, die Widersprüche des industriellen Fortschritts hat er in vielen Artikeln thematisiert.

1921 schreibt Roth über Heinrich Heine und seine Reisebriefe:

> »Die Leute sagen: Heine hat das Feuilletonunheil in die Welt gebracht. Heines Reisebriefe sind aber nicht nur amüsant, sondern eine künstlerisch große Leistung und somit eine ethische. Der entartete Homo sapiens hätte zehn Jahre die Pariser verschiedenen Statistiken studiert und dann ein

5 Bildungssprachlich: hochtrabend. Interessant ist, dass Roth hier eine Tautologie verwendet, da das Wort Kothurn auch mit pathetisch assoziiert werden kann.

> langweiliges, also unmoralisches Buch geschrieben. Heine hat vielleicht kleine Tatsachen umgelogen, aber er sah eben die Tatsachen so, wie sie sein sollten. Denn sein Auge bestand nicht nur aus optischem Instrument und Sehsträngen. Wenn das ›bürgerlich‹ ist, so ist ›bürgerlich‹ sehr ethisch. Dann lebe das Bürgertum! Herodot, der Feuilletonist des Altertums, war auch ein Bourgeois?« (JR Werke 1, 1921: 617)

Joseph Roth und Heinrich Heine war gemeinsam, dass beide – wie Bronsen schreibt – sowohl ein starkes Mitteilungsbedürfnis hatten als auch ein großes Interesse an den politischen Entwicklungen (vgl. Bronsen 1974).

Für Todorow ist Roth vor allem ein politischer Journalist, »der vorgibt, unpolitisch zu schreiben, aber desto wirksamer seine Leser erreicht« (Todorow 1990: 380) und der durch den Einsatz unterschiedlicher ästhetischer Mittel – wie sehr anschaulicher Bild-Gestaltungen – »die Register der politisch-intellektuellen Semantik« [zieht], »um die Wahrnehmung der Leser unter der sich abzeichnenden Vernarbung, nicht aber Verarbeitung des Versailles-Traumas, des Traumas der Inflation und des Traumas mediokrer republikanischer Alltagsverhältnisse wach zu halten, wenn nicht überhaupt erst aufzurütteln« (Kucher 2011: 224).

Das Nebeneinander von Journalismus und Literatur ist in Roths Werk jederzeit spürbar. Für Roth steht die erlebte Wirklichkeit in einem engen Zusammenhang mit der literarischen, da durch die Literatur den Handlungen »gelegentlich eine Pointe« (JR, Werke 1, 1922: 712) verliehen werde und diese Pointen »die« Wirklichkeit besser zum Vorschein kommen lassen würden. Roth analysiert und beurteilt die von ihm beobachteten Situationen. Seine journalistischen Texte wollen nie belehren, sondern immer nur aufklären.

Autopsie, Analyse und Aktualität: Joseph Roths journalistisches Wirken

Joseph Roth, der genaue Beobachter und »Prosector«, der in seinen journalistischen Arbeiten unterschiedliche Quellen verwendete und dessen Zugang Haas als eine Art von »Autopsie« (1999: 271) charakterisiert hat, gelangte von der Innen- zur Außensicht und zeigte die Diskrepanzen und Widersprüchlichkeiten auf. Er geht »sorgfältig wie ein Zeitungsreporter (Bienert 1992: 151) vor und verdichtet »[i]m künstlerischen Bericht [...] Faktenmaterial, atmosphärische Impressionen und Reflexionen« (Bienert 1992: 151). Sowohl die politischen Vorgänge als auch das Handeln einzelner Akteure wird nicht nur beschrieben, sondern auch in einen gesellschaftlichen Kontext gestellt. Im Artikel »Das Dritte Reich, die Filiale der Hölle auf Erden« schreibt Joseph Roth aus seinem französischen Exil – verzweifelnd daran, dass die Journalisten wenig gegen das Regime in Deutschland ausrichten könnten:

> »Denn wenn man weiß, daß die Aufgabe der deutschen Presse darin besteht, nicht Tatsachen zu veröffentlichen, sondern sie zu verheimlichen; Lügen nicht nur zu verbreiten, sondern auch zu suggerieren; [...] Wenn man Goebbels eine geniale Leistung anmerken soll, so diese: Er hat es vermocht, die offizielle Wahrheit genauso hinken zu lassen, wie er selber hinkt. Seinen eigenen Klumpfuß hat er der offiziellen deutschen Wahrheit verliehen. Es ist kein Zufall, sondern ein bewußter Witz der Geschichte, daß der erste deutsche Propagandaminister hinkt [...]« (JR, Werke 3, 1934: 508f).

Joseph Roth war ein zutiefst politischer Journalist, der bereits sehr früh die Gefahr des Nationalsozialismus erkannt und dagegen angeschrieben hat – letztendlich vergeblich. Sein Verständnis von Journalismus war geprägt von Introspektion, einer genauen Beobachtung, das Soziale immer einbeziehend, die gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen ambivalent beurteilend. Letztendlich ein Journalist, der sich immer einer aufgeklärten Öffentlichkeit verpflichtet gefühlt hat.

Seine journalistischen Beiträge sind aktuell, indem sie Mechanismen aufzeigen, wie sich Menschen instrumentalisieren lassen, welche Rolle Journalisten, Politik und Öffentlichkeit spielen, wie sich gesellschaftliche Entwicklungen auf den Einzelnen auswirken können und wie Inhumanitäten aufgezeigt werden können.

Am 27. Mai 1939 starb Joseph Roth in einem Armenkrankenhaus in Paris.

Über die Autorin

Petra Herczeg (*1966) PD Dr., Vizestudienprogrammleiterin und Senior Lecturer am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Forschungsschwerpunkte: Migration und Medien; Interkulturelle Kommunikation und Journalismusforschung. E-Mail: petra.herczeg@univie.ac.at

Literatur

Primärliteratur

Sämtliche Texte von Joseph Roth sind der sechsbändigen Werkausgabe entnommen und werden im Text zitiert mit: JR, Werke 1; JR, Werke 2 und JR, Werke 3.

Joseph Roth: *Werke 1. Das journalistische Werk 1915 - 1923*. Hrsg. v. Klaus Westermann. Köln [Kiepenheuer & Witsch] 1989

Joseph Roth: *Werke 2. Das journalistische Werk 1924 - 1928*. Hrsg. v. Klaus Westermann. Köln [Kiepenheuer & Witsch] 1990
Joseph Roth: *Werke 3. Das journalistische Werk 1929 - 1939*. Hrsg. v. Klaus Westermann. Köln [Kiepenheuer & Witsch] 1991

Sekundärliteratur

Bienert, Michael (1992): *Die eingebildete Metropole. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik.* Stuttgart, J.B. Metzler
Bronsen, David (1974): *Joseph Roth. Eine Biographie.* Köln, Kiepenheuer & Witsch
Chambers, Helen (2013): *Zeichen der Zeit: Aufsätze zur Reportage von Joseph Roth.* Schriftenreihe der Internationalen Joseph Roth Gesellschaft in Wien
Eichner, Heiner; Nedoma, Robert (2014): *Die Merseburger Zaubersprüche.* Online: https://www.univie.ac.at/an/publ/publ3044zf.pdf
Haas, Hannes (1999): *Empirischer Journalismus. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit.* Wien/Köln/Weimar, Böhlau
Hackert, Fritz (2013): Vorwort. In: Chambers, Helen: *Zeichen der Zeit: Aufsätze zur Reportage von Joseph Roth. Schriftenreihe der Internationalen Joseph Roth Gesellschaft in Wien*, S. 5-6
Kröhnke, Karl (1998): Signum Ex Avibus? Joseph Roths «Harzreise« und seine Reise durch die Harzreisen anderer Harzreisender. In: *Neuphilologus* 82, S. 107-124. doi:10.1023/A:1004259208992
Kucher, Primus-Heinz (2011): »Warenhäuser, Rummelplätze, Walkürenjungfrauen«. Zu Joseph Roths Berliner Bilderbuch-Feuilletons (1924). In: Lughofer, Johann, Georg; Zalaznik Miladinovic Mira (Hrsg.): *Joseph Roth. Europäisch-jüdischer Schriftsteller und österreichischer Universalist.* Berlin, de Gruyter, S. 221-231
Mergenthaler, Volker (2014): Wie lange noch, o Catilina?« Joseph Roths Reportagen über den Prozess »gegen die in die Mordaffäre Rathenau verwickelten Personen«. In: Brömsel, Sven; Küppers, Patrick; Reichhold, Clemens (Hrsg): *Walther Rathenau im Netzwerk der Moderne.* Berlin, News York, De Gruyter, S. 87-110
Oei, Bernd (2012): *Joseph Roth. Der verbrannte Himmel: Metaphysik des Zweifels.* Berlin, Lit Verlag
Ortheil, Hanns-Josef (1992): Ich zeichne das Gesicht der Zeit. Eine neue Roth-Werkausgabe. In: *Die Zeit* (8) v. 14.2.1992, S. 67
Pott, Hans-Georg (2016): *Rezension: Sven Brömsel, Patrick Küppers, Clemens Reichhold (Hg.): Walther Rathenau im Netzwerk der Moderne. Berlin, Boston: de Gruyter 2014.* In: Musil-Forum. 331 über Roth, sonst: 330-337
Rossbacher, Karlheinz (1991): »Der Merseburger Zauberspruch«. Joseph Roths apokalyptische Phantasie. In: Chambers, Helen (Ed.): *Co-Existent Contraditions. Joseph Roth in Retrospect. Papers of the 1989 Joseph Roth Symposium at Leeds University to commemorate the 50th anniversary of his death.* Riverside, Ariadne Press, S. 78-106

Todorow, Almut (1990): Brechungen: Joseph Roth und das Feuilleton der »Frankfurter Zeitung«. In: Kessler, Michael; Hackert, Fritz (Hrsg.): *Joseph Roth. Interpretation, Kritik, Rezeption.* Stuttgart: Stauffenburg, S. 373-384

Von Sternburg, Wilhelm (2009): *Joseph Roth. Eine Biographie.* Köln, Kiepenheuer & Witsch

Wagner, Karl (2011): Joseph Roths Kritik des homo academicus. Ein Beitrag zur Intellektuellendebatte. In: Lughofer, Johann Georg; Zalaznik Miladinovic, Mira (Hrsg.): *Joseph Roth. Europäisch-jüdischer Schriftsteller und österreichischer Universalist.* Berlin, de Gruyter, S. 231-243

Weber, Max [1919] (1999): *Politik als Beruf.* Stuttgart, Reclam

Westermann, Klaus (1987): *Joseph Roth, Journalist. Eine Karriere 1915-1939.* Bonn, Bouvier Verlag Herbert Grundmann

Westermann, Klaus (1989): Nachwort. In: *Joseph Roth. Werke 1. Das journalistische Werk 1915-1923.* Köln, Kiepenheuer & Witsch, S. 1109-1116

Westermann, Klaus (1991): Nachwort. In: *Joseph Roth. Werke 3. Das journalistische Werk 1929-1939.* Köln, Kiepenheuer & Witsch, S. 1071-1078

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 2/2019, S. 134-139
2. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-22019-9854-de

Essay

Marcus Maurer

Zwischen Misstrauen und Instrumentalisierung

Zum journalistischen Umgang mit der AfD

Abstract: **Ähnlich wie andere populistische Parteien versucht die »Alternative für Deutschland« (AfD), durch gezielte Provokationen mediale Berichterstattung und öffentliche Aufmerksamkeit zu generieren. Für den Journalismus stellt sich folglich die Frage, wie er mit diesen Instrumentalisierungsversuchen umgehen soll. Im Beitrag werden drei mögliche Strategien und ihre Folgen diskutiert. Er plädiert für einen nicht unkritischen, aber sachlichen Umgang mit der AfD. Die Partei vom öffentlichen Diskurs auszuschließen oder sich über ihre Provokationen zu empören, ist weder zielführend, noch entspricht es journalistischen Grundregeln.**

Im August 2015 stand die AfD am Scheideweg. Nach langen innerparteilichen Konflikten hatten viele Gründungsmitglieder, darunter der langjährige Vorsitzende Bernd Lucke, die zunächst vor allem durch ihre europakritische Haltung bekannt gewordene Partei verlassen. Gerade einmal noch drei Prozent der Deutschen hätten zu diesem Zeitpunkt bei der nächsten Bundestagswahl AfD gewählt. In den folgenden Monaten erlebte die Partei dann allerdings einen in der Geschichte der Bundesrepublik beispiellosen Aufschwung: Bis zum Frühjahr 2016 hatte sich der Stimmenanteil der AfD in den Wahlumfragen auf 13 Prozent mehr als vervierfacht. Heute ist die AfD stärkste Oppositionspartei im Bundestag und hat 2019 bei den Landtagswahlen in einigen ostdeutschen Bundesländern weiter stark an Stimmen zugenommen.

Was ist geschehen? Eine einfache Antwort lautet zunächst: Die AfD hatte ihren inhaltlichen Schwerpunkt auf die Migrationspolitik verlagert, als weitgehend einzige Partei die Aufnahme von rund einer Millionen Migranten im Verlauf der so genannten Flüchtlingskrise 2015/16 kritisiert und folglich den Teil der Bevölke-

rung hinter sich versammelt, der mit der Migrationspolitik der Bundesregierung nicht einverstanden war. Diese Antwort greift allerdings zu kurz, weil die Tatsache, dass Parteien in Teilen der Öffentlichkeit populäre Standpunkte vertreten, eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für ihren Erfolg ist. So trivial es klingt: Die Standpunkte einer Partei müssen in der Öffentlichkeit zunächst einmal bekannt werden. Eine Partei, die dauerhaft politischen Erfolg haben will, braucht dauerhaft auch öffentliche Aufmerksamkeit für sich und ihre Positionen.

Um diese Aufmerksamkeit zu erhalten, fährt die AfD eine bemerkenswerte Doppelstrategie: Weil populistische Parteien in den etablierten Nachrichtenmedien kaum mit positiver Berichterstattung rechnen können und diesen deshalb umgekehrt die Glaubwürdigkeit absprechen (»Lügenpresse«), setzt die AfD auf Soziale Medien als Kommunikationsplattform, auf der sie sich durch Andersdenkende ungestört mit ihren Anhängern austauschen kann. Sie nutzt dabei vor allem Facebook und hat dort aktuell ähnlich viele Follower wie die beiden großen Volksparteien CDU und SPD zusammen. Allerdings lässt sich der erhebliche Stimmenzuwachs der Partei innerhalb von nur wenigen Monaten auf diese Weise nicht hinreichend erklären, weil sich in Sozialen Medien nach wie vor nur relativ wenige Menschen über Politik informieren und Parteien dort vor allem solche Menschen erreichen, die ihnen ohnehin schon nahestehen.

Deshalb setzt die AfD zugleich auch auf Präsenz in etablierten Nachrichtenmedien. Die Strategie dahinter wird in einem im Januar 2017 öffentlich gewordenen Papier der Partei deutlich (vgl. https://www.tagesschau.de/inland/afd-strategiepapier-101.html). Demnach sollen »sorgfältig geplante Provokationen« dafür sorgen, dass die Partei und ihr zentrales Wahlkampfthema Zuwanderung im Gespräch bleiben. Negative Reaktionen etablierter Parteien und Medien sollen dabei bewusst in Kauf genommen werden. Um zu prüfen, wie erfolgreich diese Strategie bislang war, haben wir am Mainzer Institut für Publizistik in einer noch unveröffentlichten Studie für die Jahre 2015 bis 2018 drei Datenreihen auf Wochenbasis miteinander verglichen: 1) Die Anzahl der Berichte über die AfD in reichweitenstarken deutschen Leitmedien, 2) die Menge der Suchanfragen zur AfD in der Online-Suchmaschine Google als Indikator für die öffentliche Aufmerksamkeit, die die AfD erhält und 3) die Wahlabsicht für die AfD. Die Befunde sind frappierend: Ein Anstieg der Medienberichterstattung über die AfD führte unmittelbar dazu, dass die öffentliche Aufmerksamkeit für die Partei in etwa gleichem Maße anstieg. Längerfristig führte dies wiederum dazu, dass die AfD einer zunehmend großen Zahl von Menschen wählbar erschien.

Die Medienberichterstattung über die AfD stieg aus zweierlei Gründen an. Zum einen nahm die Berichterstattung kurz vor Bundes- und Landtagswahlen deutlich zu. Diese Anstiege waren für den Erfolg der AfD aber vermutlich weniger relevant, weil kurz vor Wahlen auch die Berichterstattung über die anderen Parteien anstieg. Die übrigen Anstiege der Berichterstattung waren dagegen durchweg

von der AfD selbst initiiert. Sie lassen sich auf Provokationen von AfD-Politikern zurückführen, die in der Regel im Kontext der Zuwanderungspolitik standen und aller Wahrscheinlichkeit nach vor allem das Ziel hatten, Medienberichterstattung zu generieren: Frauke Petrys Forderung, man müsse an der Grenze auch auf Frauen und Kinder schießen, Björn Höckes Einlassung, das Holocaust-Mahnmal sei ein Denkmal der Schande, Alexander Gaulands Aussage, man müsse die Integrationsbeauftragte in Anatolien entsorgen und viele mehr. Viele dieser Sätze sind ursprünglich auf Veranstaltungen gefallen, an denen lediglich einige hundert Personen teilgenommen haben. Sie wurden jedoch von den Nachrichtenmedien aufgegriffen und damit vor einem Millionenpublikum diskutiert. Auf diese Weise gelingt es der AfD seit Jahren, sich und das Thema Zuwanderung im Gespräch zu halten, obwohl die Zahl der Zuwanderer seit 2016 deutlich zurückgegangen ist.

Ausgrenzen, Empörung zeigen, sachlich bleiben: Strategien zum journalistischen Umgang mit der AfD

Da die Medienberichterstattung offensichtlich eine wichtige Rolle für den Erfolg populistischer Parteien spielt und die AfD die Mechanismen der Medienlogik gezielt für ihre eigenen Zwecke nutzt, stellt sich die Frage, wie Journalisten mit dieser Situation umgehen können. Dabei lassen sich grob drei Strategien unterscheiden: 1) wenig oder gar nicht über die AfD berichten, 2) sich über die AfD empören und 3) über die AfD mehr oder weniger so berichten, wie über andere Parteien auch.

1) Vor der rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2016 sagte die SPD-Ministerpräsidentin Malu Dreyer ihre Teilnahme an einer Fernsehdebatte der Spitzenkandidaten aller Parteien ab, weil auch ein Vertreter der AfD eingeladen war. Ihre Begründung war, man dürfe der Partei keine Plattform geben. Als die FAZ im Oktober 2018 einen Gastbeitrag von Alexander Gauland abdruckte, sah sie sich vor allem in Sozialen Medien heftiger Kritik ausgesetzt. Ähnliche Fälle häufen sich in den letzten Jahren. Offensichtlich besteht in Teilen des Journalismus, der Politik und der Bevölkerung der Wunsch, die AfD vom öffentlichen Diskurs auszuschließen. Wer mit der Partei spricht oder ihr die Möglichkeit gibt, sich öffentlich zu äußern, steht beinahe im Verdacht der Komplizenschaft. Diese Position ist aus normativer Perspektive jedoch fragwürdig, weil Demokratien vom Austausch unterschiedlicher Positionen leben und niemand von der Möglichkeit ausgeschlossen sein sollte, an diesem Austausch teilzunehmen. Dafür ist es zunächst auch erst einmal unerheblich, ob die Betreffenden selbst an einem echten Meinungsaustausch interessiert sind. Die Verweigerung eines solchen Meinungsaustauschs kann zudem leicht als Schwäche ausgelegt werden: Man vermeide die Diskussion aus Furcht, als Verlierer aus ihr hervorzugehen. Aus

journalistischer Sicht kommt hinzu, dass insbesondere der öffentlich-rechtliche Rundfunk, prinzipiell aber auch andere Medien dazu angehalten sind, in ihrer Berichterstattung das gesamte Meinungsspektrum zu repräsentieren. Davon ausgenommen sind allenfalls Positionen, die gegen rechtliche Grundsätze verstoßen und deshalb z.B. auch nicht durch die Meinungsfreiheit gedeckt sind. Ob dies im Einzelnen der Fall ist, ist aber eine juristische und keine journalistische Frage. Eine Partei, die mittlerweile bei rund 15 Prozent der Bevölkerung auf Zustimmung stößt, kann nicht von der Medienberichterstattung und sollte auch nicht von öffentlichen Diskussionen ausgeschlossen werden. Die Frage ist folglich nicht *ob*, sondern *wie* die Medien über die AfD berichten sollten.

2) Eine bislang noch unveröffentlichte Inhaltsanalyse der Berichterstattung von regionalen und überregionalen Tageszeitungen über 17 Provokationsfälle zwischen 2015 und 2018, die am Mainzer Institut für Publizistik durchgeführt wurde, zeigt, dass die Medien über die meisten Provokationen der AfD intensiv berichtet und die Provokateure dabei massiv verurteilt haben. Die Journalisten nahmen diese Bewertung aber oft nicht selbst vor, sondern zitierten ausführlich Dritte, insbesondere Politiker anderer Parteien, die sich über die AfD empörten. Offensichtlich hatten Journalisten und Politiker den Eindruck, sie dürften die Provokationen der AfD nicht unwidersprochen stehen lassen. Dieser Impuls ist zwar verständlich, aber vermutlich wenig zielführend. Auch hier stellt sich zunächst eine normative Frage: Kann es tatsächlich die Aufgabe von Journalisten sein, unliebsame politische Parteien zu bekämpfen? Dies mag in meinungsbetonten Stilformen oder Formaten noch angemessen sein, ist mit der Idee einer neutralen und sachlichen Informationsvermittlung in Nachrichten und Berichten aber nicht vereinbar. Die Aufgabe, Populisten zu bekämpfen, fällt dagegen eher den etablierten Parteien zu, die dies schon aus Eigeninteresse tun müssen. Die eingangs präsentierten Daten zeigen zudem, dass die mediale Empörung über die AfD-Provokationen aus Sicht der AfD sogar hilfreich ist. Dass die Reaktionen negativ ausfallen, ist dabei weitgehend unerheblich. Im Gegensatz zu den etablierten Volksparteien profitieren Parteien an den politischen Rändern bereits von der reinen Medienaufmerksamkeit. Die negative Berichterstattung wird von ihnen zugleich geschickt verwendet, um für sich eine Art Opferrolle zu reklamieren. Sie wird als weiterer Beleg dafür angeführt, dass die etablierten Medien Teil einer dysfunktionalen gesellschaftlichen Elite seien, die von der AfD zu Recht bekämpft werde. In dem gut gemeinten Impuls, gegenüber der AfD Haltung zu zeigen, lassen sich Journalisten folglich von der Partei für ihre Zwecke instrumentalisieren.

3) Die Antwort auf die Frage, wie Journalisten mit der AfD umgehen sollten, fällt folglich eindeutig aus: Journalisten sollten sich bei ihrer Berichterstattung über die AfD schlicht auf ihr Handwerk besinnen: faktengestützt und sachlich

(nicht moralisierend) berichten, wie dies auch im Falle anderer Parteien selbstverständlich sein sollte. Das heißt nicht, rechtsextreme Tendenzen in Teilen der Partei unkritisch auszublenden. Die Berichterstattung sollte aber nicht auf diese Aspekte beschränkt bleiben. Was kann das im Einzelnen bedeuten?

- Nicht jede Provokation der AfD muss berichtet werden. Es gilt vielmehr abzuwägen, wie groß das öffentliche Interesse im jeweiligen Fall ist. Dabei geht es nicht nur um die Schwere der Provokation, sondern auch um die Größe des Personenkreises, der ohne Medienberichterstattung durch die Provokation erreicht würde. Muss die Tatsache, dass ein AfD-Politiker in einem ostdeutschen Dorfsaal die Integrationsbeauftragte der Bundesregierung beleidigt hat, tatsächlich tagelang medial diskutiert werden? Oder kann man den dafür notwendigen Raum nicht sinnvoller nutzen?

- Statt auf Provokationen zu reagieren, sollten die Medien Zeitpunkt und Thema der Berichterstattung über die AfD selbst bestimmen. Auch von den anderen Parteien lassen sich Journalisten schließlich ungern Berichterstattungsanlässe diktieren. Die Berichterstattung über eine Partei, die bei der letzten Bundestagswahl von fast sechs Millionen Menschen gewählt wurde, sollte darüber hinaus nicht auf das Thema Zuwanderung reduziert bleiben. Journalisten können AfD-Politiker gezielt auch zu anderen Themen befragen. Dies sollte aber nicht mit dem Ziel geschehen, die Partei vorzuführen, weil sie zu anderen Themen vermeintlich oder tatsächlich gar keine Positionen vertritt. Es geht vielmehr darum, den Wählern die Möglichkeit zu geben, sich ein umfassendes Urteil über die Positionen der AfD zu bilden. Daraus folgt, dass Journalisten auch aktiv auf AfD-Politiker zugehen müssen. Entsprechende Interviews zu führen, heißt nicht, der Partei unnötigerweise eine Plattform zu geben, sondern entspricht dem journalistischen Gebot, Meinungsvielfalt zu repräsentieren und entlastet Journalisten davon, über die AfD-Provokationen zu berichten, um diesem Gebot nachzukommen.

- In einigen Fällen ist die Berichterstattung über eine AfD-Provokation aus journalistischer Sicht vermutlich dennoch unvermeidlich, z.B. weil ein Vorfall besonders schwerwiegend erscheint oder der Sachverhalt in Sozialen Medien bereits so intensiv diskutiert wird, dass die Nachrichtenmedien glauben, nachziehen zu müssen. In diesen Fällen können die Medienbeiträge zumindest die Strategie hinter der Provokation offenlegen. Die Rezipienten erhalten dann nicht nur Informationen über die Provokation und die Reaktionen darauf, sondern werden zugleich darauf aufmerksam gemacht, dass es sich dabei um eine bewusste Strategie der AfD handelt.

Fazit: Medienberichte über die AfD und über andere Parteien

Medien müssen über die AfD berichten, aber sie müssen nicht über jede Provokation der AfD berichten. Sie sollten ihre Aufgabe auch nicht darin sehen, Parteien wie die AfD zu entlarven, bloßzustellen oder vor ihnen zu warnen. Der mediale Empörungswettbewerb um die deutlichste Distanzierung von den Provokationen der AfD verhilft der Partei kurzfristig zu öffentlicher Aufmerksamkeit und erhöht längerfristig ihr Wählerpotenzial. Journalisten sollten sich nicht von populistischen Parteien instrumentalisieren lassen, sondern auf sie zugehen, um selbst Zeitpunkte und Themen der Berichterstattung zu bestimmen. Der sachliche Meinungsaustausch mit der AfD ist eine demokratische Pflicht, sich ihm zu verweigern ist kein Ruhmesblatt.

Der Erfolg der AfD hängt aller Wahrscheinlichkeit nach aber nicht nur davon ab, wie Journalisten über die AfD berichten, sondern auch davon, wie sie über andere Parteien und demokratische Institutionen berichten. Populistische Parteien profitieren, wenn die Bevölkerung das Vertrauen in etablierte politische Institutionen verliert und folglich offen wird für die Behauptung der Populisten, alleine sie könnten dem Volk seine Macht zurückgeben. Die mediale Tendenz, überwiegend Probleme und Konflikte zu thematisieren und etablierte Parteien und Institutionen eher in ein negatives Licht zu stellen, kann dazu führen, dass die Bevölkerung ein zunehmend negatives Politikbild erhält. Zur Frage, wie Journalisten mit der AfD umgehen sollten, gehört folglich auch die Frage, wie sie mit den etablierten politischen Institutionen umgehen sollten. Dabei kann es selbstverständlich nicht um eine unkritisch positive, aber doch um eine konstruktivere Berichterstattung gehen. Die Frage, ob man jedes Problem der Politik anlasten, jeden politischen Vorschlag medial zerpflücken und jede politische Kompromisssuche als »Streit« etikettieren muss, sollte in den Redaktionen zumindest diskutiert werden.

Über den Autor

Dr. Marcus Maurer (*1969) ist seit 2014 Professor für Politische Kommunikation am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Zuvor war er Professor für Empirische Methoden der Kommunikationswissenschaft an der FSU Jena sowie Vertretungs- und Gastprofessor an der FU Berlin, der LMU München und der Universität Zürich. Seine Forschungsschwerpunkte sind Politische Kommunikation, Empirische Methoden und Medienwirkungsforschung. Kontakt: mmaurer@uni-mainz.de

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 2/2019, S. 140-153
2. Jahrgang
ISSN 2569-152X
DOI: 10.1453/2569-152X-22019-9856-de

Debatte

Tommy Hasert / Gabriele Hooffacker

Überschätzte Bots?

Eine Untersuchung von Twitter-Debatten – und was Redaktionen daraus lernen können

***Abstract*: Social Bots stehen im Verdacht, öffentliche Diskurse zu beeinflussen, Wahlentscheidungen zu manipulieren und auf politische Konflikte Einfluss zu nehmen. Dieser Beitrag beruht auf einer Untersuchung zum Erkennen und Bewerten von Social Bots in aktuellen Twitter-Debatten. Die Autoren zeigen, dass der Einfluss der Bots deutlich weniger dramatisch erscheint, als vielerorts zu lesen ist. Hingegen bestehe durch Überregulierung eine größere Gefahr für die Demokratie als durch die Bots selbst.**

In partizipativen Plattformen mit nutzergenerierten Inhalten wie Twitter oder Facebook ist nicht immer auf Anhieb zu erkennen, ob ein Mensch interagiert oder ein sogenannter algorithmisch gesteuerter Account, der menschliche Aktivitäten imitiert, ein sogenannter Social Bot.

Den Bots wird großer Einfluss zugeschrieben. Die britische Tageszeitung *The Guardian* titelte: »Social media bots threaten democracy« (Woolley & Gorbis 2017). Die *Washington Post* warf im Rahmen einer Kolumne sogar die Frage auf, ob die amerikanische Demokratie derartige Eingriffe in den sozialen Medien überleben könne: »Artificial intelligence is transforming social media. Can American democracy survive?« (Watts 2018). »Social Bots« – eine Gefahr für die Demokratie«, schrieb Christian Kerl in der *Berliner Morgenpost* (Kerl 2017). Weitere deutsche Medien messen Social Bots großes destruktives Potential bei. So titelte *Spiegel Online* am 24.10.2016: »Social Bots - Wie digitale Dreckschleudern Meinung machen« (Amann et al. 2016). Weltpolitische Ereignisse wie beispielsweise der Brexit, der U.S.-Präsidentschaftswahlkampf 2016 oder der Russland-Ukraine-Konflikt sollen durch Social Bots beeinflusst worden sein.

Die gesellschaftliche und mediale Aufmerksamkeit führte zu politischen Forderungen nach einer stärkeren Regulation von Social Bots. Die Vorschläge reichten von einer einfachen Kennzeichnungspflicht (Die Grünen) bis hin zu einer generellen Klarnamenpflicht im Internet (CDU/CSU). Bots hätten das Potential, elementare Freiheiten aller Internetnutzer zu beschneiden (vgl. Reuter 2017, 2019).

Der mediale und politische Diskurs basiert jedoch nur zu einem geringen Teil auf empirisch belastbaren Zahlen. Daher untersucht dieser Beitrag, wie groß die Verbreitung von Social Bots auf Twitter (Facebook wurde nicht untersucht) ausfällt und welchen Einfluss ihre Aktivitäten haben.

Strategien der Bots

Wie nehmen Bots Einfluss auf soziale Akteure, Meinungen und Debatten? Drei Strategien lassen sich identifizieren:

Imitation

Das Imitieren menschlichen Verhaltens ist eine grundlegende Eigenschaft, die jeden Social Bot kennzeichnet. Dabei geht es primär darum, Vertrauen in die computergesteuerten Accounts zu schaffen durch das Vortäuschen einer menschlichen Identität. Dies wird dadurch erreicht, dass sich Social Bots in sozialen Netzwerken an menschlichen Verhaltensweisen orientieren. Am Beispiel von Twitter bedeutet es, sie tweeten und retweeten, sie folgen anderen Nutzern, sie partizipieren in Form von Replies an Diskussionen oder favorisieren fremde Inhalte (vgl. Misener 2011).

Auch die Sprache spielt eine wichtige Rolle. So sollen durch Verwenden natürlicher Sprachalgorithmen authentischere Antworten produziert werden (vgl. Good 2016). Absichtlich eingebaute Rechtschreibfehler und Slang-Sprache erschweren zudem die Enttarnung: »To avoid detection, they may even employ slang words, street idiom and socially accepted spelling mistakes.« (Woolley/Howard 2014).

Die Nutzung persuasiver Techniken scheint ebenfalls eine beliebte Methode zu sein, um das Vertrauen in die Bot-Accounts zu steigern. In Kenntnis des Social-Proof-Effekts ist es beispielsweise ratsam, zunächst möglichst viele Follower zu akquirieren, da diese als sozialer Beweis für die Relevanz dieses Accounts fungieren und damit seinen Einfluss steigern. Im Rahmen einer Studie von Hegelich und Janetzko konnte nachgewiesen werden, dass ein Großteil der verbreiteten Inhalte eines untersuchten Bot-Netzwerks keiner direkten Mission folgte, sondern lediglich der Schaffung von Vertrauen sowie der Aufrechterhaltung der Tarnung diente (vgl. Hegelich & Janetzko 2016). Auf der Basis dieses erarbeiteten Vertrauens/Einflusses könnten anschließend individuelle Ziele, wie beispiels-

weise das Werben für eine bestimmte politische Meinung oder das Diskreditieren einer öffentlichen Person, durchgesetzt werden.

Trends vortäuschen

Soziale Netzwerke fungieren immer häufiger als Trendbarometer für die Relevanz gesellschaftlicher Themen. Innerhalb des letzten Jahrzehnts ist eine ganze Industrie entstanden, die sich zur Aufgabe gemacht hat, Trends in den sozialen Medien zu identifizieren, um diese anschließend kommerziell zu verwerten. Aber auch Journalisten und Politiker nutzen die unterschiedlichen Social-Media-Kanäle, um ein Gefühl dafür zu bekommen »[...] wie Teile der Gesellschaft ticken« (Weck 2016). Social Bots profitieren von dieser gesellschaftlichen Relevanz und generieren durch die massive Nutzung bestimmter Hashtags oder Schlagworte eigene Trends, was zur Verzerrung der eigentlichen Bedeutung eines Themas führen kann (vgl. Meiselwitz 2017: 381).

Astroturfing

Der englische Begriff Astroturf (auch Kunstrasenbewegung) beschreibt die Strategie »[...] Partikularinteressen als vermeintliches Begehren von Bürgern zu organisieren [...], mit dem Ziel gesellschaftspolitische Entscheidungen zu beeinflussen.« (Irmisch 2011: 24). Social Bots nutzen diesen Ansatz innerhalb öffentlicher Debatten, um den Eindruck zu erwecken, dass für bestimmte Meinungen oder Bewegungen große Zustimmungen vorlägen, obwohl dies gar nicht der Fall ist. Dies kann zur strategischen Verzerrung einer Debatte führen. Die strukturelle Beschaffenheit sozialer Netzwerke wie Twitter und Facebook, die das Teilen und Liken fremder Inhalte als Kernfunktion anbieten, liefern dafür ideale Voraussetzungen. Insbesondere in politischen Kontexten ist dies eine beliebte Strategie der Einflussnahme, die in unterschiedlichen Studien bereits mehrere Male nachgewiesen werden konnte (vgl. Ratkiewicz et al. 2011).

Smoke Screening

Smoke Screening (dt. Einnebelung) ist eine weitere Einflussstrategie, derer sich Social Bots bemächtigen. Dabei werden unliebsame Debatten gezielt durch eine massive Verbreitung von diskreditierenden oder irrelevanten Nachrichten gestört. Im Kontext von Twitter wird für dieses Vorgehen auch der Begriff »Twitter bombs« verwendet (vgl. Brachten et al. 2017), da einzelne Hashtags durch derartigen Spam unbenutzbar gemacht werden. Ein Beispiel für den Einsatz von Smoke Screening konnte von Abokhodair et al. in einer Studie rund um ein syrisches Bot-Netzwerk nachgewiesen werden (vgl. Abokhodair et al. 2015).

Wie entlarvt man Bots?

Neben Hürden wie Nutzerauthentifizierung und crowdbasierten Ansätzen (Meldesystem) setzen die großen sozialen Netzwerke vor allem auf Bot-Detektionsverfahren, um Social Bots und Fake-Inhalte von ihren Plattformen fernzuhalten. Twitter verschärfte dazu Mitte 2018 sein Vorgehen. Die *Washington Post* berichtete, dass allein im Mai und Juni 2018 mehr als 70 Millionen Accounts aufgrund verdächtigen Verhaltens gelöscht wurden (vgl. Timberg & Dwoskin 2018). Auch Facebook veröffentliche 2018 im Rahmen eines Transparenzberichtes erstmals Zahlen zu gelöschten Accounts. Demnach löschte Facebook in nur sechs Monaten mehr als eine Milliarde Accounts: »694 Millionen im letzten Quartal 2017 und 583 Millionen im ersten 2018« (Brühl 2018).

Die Identifizierung von Social Bots in den sozialen Netzwerken stellt die Forschung vor große Herausforderungen. Social Bots profitieren enorm davon, sich unauffällig zu verhalten und menschliches Verhalten möglichst exakt zu imitieren, um ihren Einfluss auszubauen. Teilweise wird ein Großteil der vorhandenen Ressourcen in die Verschleierung der Bot-Identität investiert. Eines der Kernprobleme besteht in der großen Diversität der eingesetzten Social Bots. Was aktuell zu der Situation führt, dass verschiedene Ansätze für verschiedene Arten von Social Bots unterschiedlich gut funktionieren. Erschwerend kommt hinzu, dass je nach Plattform und Privatsphäre-Einstellungen der Nutzer unterschiedliche Daten für eine Untersuchung zur Verfügung stehen: »[...] the majority of Twitter profiles are public, whilst on Facebook, most profiles are private« (Haugen 2017: 27). Zudem entwickeln sich Social Bots in Sachen Komplexität immer weiter. Dabei scheint es eine Art Wettrüsten mit der Forschung zu geben.

Für die vorliegende Untersuchung wurden zwei frei verfügbare automatisierte Verfahren zur Boterkennung benutzt, bevor die eigentliche inhaltliche Analyse ansetzte: Botometer und DeBot. Sie nutzen unterschiedliche Strategien:

Botometer (ursprünglich unter dem Namen BotOrNot veröffentlicht) ist ein Framework zur Erkennung von Bots auf Twitter, welches aus einer Zusammenarbeit zwischen dem Indiana University Network Science Institute (IUNI) und dem Center for Complex Networks and Systems Research (CNetS) hervorging. Das Framework nutzt zur Klassifikation mehr als 1000 Features aus Twitter-Metadaten, Inhalten und Interaktionsmustern (vgl. Davis et al. 2016). Die Features lassen sich in sechs Klassifikationsklassen unterteilen (vgl. Varol et al. 2017):

1. Nutzer-basierte Features: Meta-Informationen wie z.B. Anzahl der Followings und Follower, Anzahl der verfassten Tweets sowie Profilbeschreibungen und Einstellungen
2. Freundes-basierte Features: Basierend auf den vier Typen des Informationsaustausch (retweeten, erwähnen, retweetet werden und erwähnt werden) werden verschiedene sprachliche (z.B. Entropie der Sprache, Anzahl der ver-

wendeten Sprachen) und zeitliche Aspekte (z.B. Alter des Accounts) betrachtet, aber auch die Popularität des Tweets sowie die Zeit zwischen zwei veröffentlichten Tweets.
3. Netzwerk-basierte Features wie Retweet-Netzwerk, User-Mention-Netzwerk und Hashtag (Koexistenz)-Netzwerk
4. Temporale Features: Basierend auf der Messung der Aktivität in bestimmten Zeitintervallen wird die durchschnittliche Tweetproduktion sowie Retweet- und User Mention Rate betrachtet.
5. Inhalts- und Sprach-basierte Features durch statistische Erhebungen der Länge und Informationsdichte von Tweets
6. Sentiment-basierte Features: Auskunft über die Emotionen, die durch einen Text vermittelt werden.

Ein völlig anderer Ansatz zur Bot-Erkennung wurde im Jahr 2016 von einem dreiköpfigen Forscherteam der University of New Mexico unter dem Namen DeBot entwickelt. Dieser eignet sich vor allem für das Erkennen von Bots, die einem Botnetz angehören, denn DeBot kommt völlig ohne die Analyse expliziter Metadaten von Nutzern aus. Stattdessen werden Aktivitätsverläufe betrachtet und diese auf Korrelationen abgeglichen, denn die zugrundeliegende Prämisse des Forscherteams lautet: »[...] humans cannot be highly synchronous for a long duration; thus, highly synchronous user accounts are most likely bots« (Chavoshi et al. 2016). Das Besondere an der Methode ist die Tatsache, dass selbst zeitlich verzögerte, aber dennoch synchrone Aktivitätsverläufe erfasst werden können.

Untersuchungsdesign

In der Untersuchung wurde eine Kombination aus technischen Detektionsverfahren und einer inhaltlichen, ebenfalls auf Algorithmen basierenden Analyse der von Social Bots und Menschen produzierten Inhalte vorgenommen, um daraus mögliche Motive für den Bot-Einsatz zu schlussfolgern. Folgende Forschungsfragen bildeten das Fundament der Untersuchung:

1. Wie hoch ist die Quote von Social Bots und welchen Gesamtanteil nehmen deren Inhalte in den untersuchten Datensätzen ein?
2. Hat die inhaltliche Ausrichtung des Datensatzes (Politik, Gesellschaft, Konsum, Lifestyle) einen signifikanten Einfluss auf die Social Bot-Quote?
3. Wie groß ist die Reichweite der gefundenen Bot-Accounts und welchen Einfluss haben die von Social Bots verbreiteten Tweets?
4. Unterscheiden sich die von Social Bots verbreiteten Inhalte von menschlichen Inhalten in Bezug auf Text-Länge, Text-Stimmung, Text-Subjektivität, verbreitete Medien (Bilder, Videos, Links) sowie eingesetzte Verlinkungsstrategien (Hashtags, Cashtags, User Mentions)?

Bei den zu untersuchenden Daten handelt es sich um Tweets, die über einen festgelegten Untersuchungszeitraum von zehn Tagen mittels einer Auswahl von Hashtags verschlagwortet wurden. Jedes Hashtag repräsentiert eine Debatte bzw. einen Informationsaustausch mit unterschiedlicher thematischer Ausrichtung. Alle zu einem Hashtag extrahierten Tweets werden als eigenständige Datensätze analysiert und die Ergebnisse am Ende der Untersuchung verglichen. Da Twitter selbst identifizierte Bots löscht, konnten nur veröffentlichte Tweets untersucht werden.

Die Datenbasis

Als Untersuchungszeitraum wurde der 1. August 2018 bis einschließlich 10. August 2018 festgelegt. Die Zeitspanne von zehn Tagen beruhte auf einer ungefähren Abschätzung der erwartbaren Menge an Tweets, basierend auf den zugrunde gelegten Forschungsparametern.

Die Hashtags und die damit verbundene thematische Ausrichtung der untersuchten Inhalte wurden nach den folgenden Kriterien ausgewählt:

- Die Anzahl der Tweets im gewählten Zeitraum muss ausreichend groß sein (mind. 10.000), darf jedoch in Summe die Anzahl von 250.000 Tweets nicht überschreiten (aufgrund existierender Twitter-API Limitationen).
- Die zu untersuchenden Tweets sollen unterschiedliche inhaltliche Bereiche repräsentieren (Politik, Gesellschaft, Konsum, Lifestyle), damit möglichst viele potentielle Interessen für den Einsatz von Social Bots abgedeckt werden, z.B. Beeinflussung politischer Meinungsbildung sowie Diffamierung politischer Gegner, Beeinflussung des gesellschaftlichen Diskurses, Verschiebung kommerzieller Interessen, usw.
- Die Tweets müssen, aufgrund der geplanten Sentimentanalyse, in einer einheitlichen Sprache vorliegen. Basierend auf der höheren Tweet-Anzahl zu einzelnen Debatten und der besseren Kompatibilität zu entsprechenden Frameworks wird dies Englisch sein, d.h. es sollten nur internationale und/oder nationale Hashtags für einen englischen Sprachraum gewählt werden.

Nach eingehender Recherche unterschiedlicher Hashtags haben sich die folgenden vier als geeignet herausgestellt:

#midTerms2018: Das Hashtag bezieht sich auf die am 6. November 2018 abgehaltenen Zwischenwahlen in den USA. Dabei wurden sowohl das Repräsentantenhaus als auch ein Drittel des Senats neu gewählt. Die Wahlen gelten zudem als nationales Stimmungsbarometer für die kommenden Präsidentschaftswahlen. Das Hashtag umfasst politische Diskussionen, Hinweise auf mediale Berichterstattungen sowie Wahlprognosen. Aufgrund der zeitlichen Nähe zu den Zwischenwahlen war das Hashtag zudem gut frequentiert.

#metoo: Mitte Oktober 2017, kurz nach dem Bekanntwerden mehrerer Anschuldigungen gegen den Produzenten Harvey Weinstein, der des sexuellen Missbrauchs sowie der sexuellen Nötigung mehrerer Frauen innerhalb der Filmbranche beschuldigt wurde, startete Tarana Burke eine Aktion, die darauf ausgerichtet ist, sexuelle Übergriffe und Belästigung öffentlich sichtbar zu machen (vgl. Göbel & Bäuerlein 2017). Diese Aktion und die damit einhergehende Debatte findet seitdem unter dem Hashtag #metoo statt – welches als Synonym für die gleichnamige MeToo-Bewegung fungiert. Das Hashtag hat seit seiner Etablierung nichts an Brisanz verloren, was es für die geplante Analyse zu einem idealen Ausgangspunkt macht.

#iphone: Das Hashtag #iphone repräsentiert in der vorliegenden Auswahl überwiegend Inhalte kommerzieller bzw. konsumorientierter Natur und soll damit einen anderen Schwerpunkt als die zuvor genannten Hashtags setzen. Aufgrund der zeitlich nahestehenden Veröffentlichung eines neuen IPhone-Modells (IPhone XS) am 14.9.2018 war das Hashtag im gewählten Zeitraum aufgrund diverser Spekulationen und Werbung besonders häufig in Benutzung.

#foodporn: Mit dem Hashtag #foodporn soll ein ganz eigener Trend der letzten Jahre aufgegriffen werden – die (ästhetische) Darstellung von Nahrungsmitteln in sozialen Medien. Zwar tangiert auch dieses Hashtag den Themenbereich Konsum, zielt aber im Kern deutlich mehr auf den Bereich Lifestyle ab und stellt damit eine thematische Ergänzung zu vorangegangen Hashtags dar.

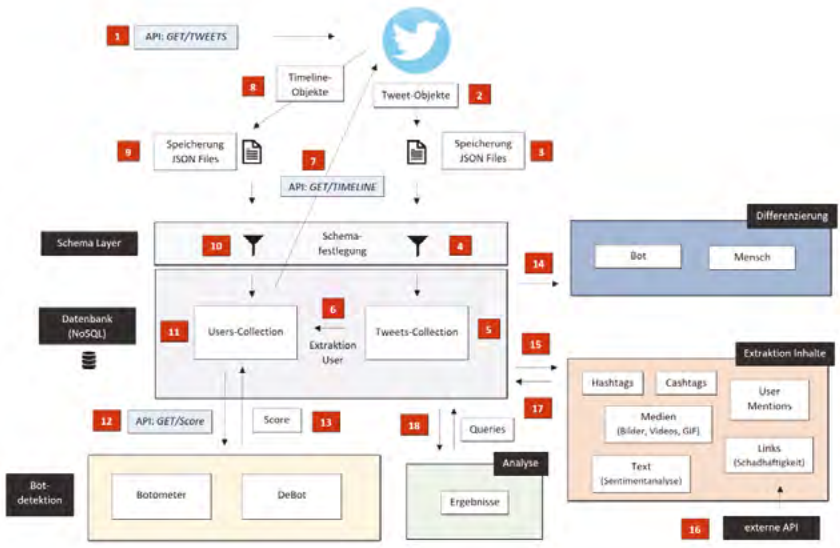
Technischer Ablauf

Der technische Ablauf der Untersuchung ist in dieser Abbildung schematisch dargestellt. Für jeden zu untersuchenden Datensatz (#midTerms2018, #metoo, #iphone und #foodporn) müssen die Schritte 1-16 separat wiederholt werden, um am Ende vergleichbare Ergebnisse erzielen zu können.

Ergebnis: Weniger Bots, weniger Einfluss als vermutet

Social Bots schnitten überall schlechter ab als Menschen: Sie hatten im Durchschnitt ca. 33 Prozent weniger Follower, 63 Prozent weniger Likes, 49 Prozent weniger Retweets und 67 Prozent weniger Replies. Zudem wurden inhaltliche Vergleiche bezugnehmend auf die eingesetzten Verlinkungsstrategien, Einbindung von Medien sowie externen Links und Textcharakteristiken (Sentimentanalyse) angestellt. Die daraus resultierenden Ergebnisse lassen zwar Unterschiede erkennen – Social Bots nutzen ca. 50 Prozent mehr Hashtags, 22 Prozent mehr externe Links, 20 Prozent mehr Medien und verbreiten um ca. 30 Prozent

Abbildung 1
Schritte der Untersuchung



kürzere Texte mit einer leicht negativeren und objektiveren Charakteristik. Eine gezielte Einflussstrategie konnte jedoch nicht festgestellt werden.

Ein Großteil der bisherigen Forschung konzentrierte sich ausschließlich auf politische Debatten. Die Ergebnisse dieser Arbeit legen jedoch nahe, auch Inhalte mit kommerziellem Hintergrund in die Untersuchung einzubeziehen, um einen umfassenderen Blick auf das Thema Social Bots zu erhalten.

1. *Wie hoch ist die Quote von Social Bots und welchen Gesamtanteil nehmen deren Inhalte in den untersuchten Datensätzen ein?*

Insgesamt konnten 9.644 von 125.610 untersuchten Accounts als Social Bots identifiziert werden, was einer Quote von 7,68 Prozent entspricht. Mit Blick auf die unterschiedlichen Datensätze offenbaren sich jedoch große Unterschiede dieser Quote je nach thematischem Schwerpunkt.

2. *Hat die inhaltliche Ausrichtung des Datensatzes (Politik, Gesellschaft, Konsum, Lifestyle) einen signifikanten Einfluss auf die Social-Bot-Quote?*

Die geringste Social-Bot-Quote von 4,53 Prozent wurde ausgerechnet in der politischen Debatte #midTerms2018 festgestellt. Die #metoo-Diskussion als Repräsentant einer gesellschaftlichen Debatte wies eine ähnlich niedrige

Social-Bot-Quote von 6,60 Prozent auf. Lifestyle- und Konsuminhalte scheinen hingegen deutlich attraktiver für den Einsatz von Social Bots zu sein. In den Datensätzen #foodporn konnten 10,91 Prozent und in #iphone 17,79 Prozent der Accounts als Social-Bot-Accounts identifiziert werden.

3. *Wie groß ist die Reichweite der gefundenen Bot-Accounts und welchen Einfluss haben die von Social Bots verbreiteten Tweets?*

Gleichzeitig wurde im Rahmen der Untersuchung festgestellt, dass Social Bots vergleichsweise produktiv waren. 13,18 Prozent der insgesamt 207.687 untersuchten Tweets stammten von Social Bots. Diese produzierten damit fast doppelt so viele Tweets pro Account wie Menschen, allerdings mit einem geringeren Einflusspotential. Social Bots wiesen im Durchschnitt ca. 33 Prozent weniger Follower auf. Inhalte von Menschen hatten zudem ca. zweieinhalb Mal so viele Likes, doppelt so viele Retweets und dreimal so viele Replies im Vergleich zu Inhalten von Social Bots. Einzig im Datensatz #midTerms2018 konnten Social Bots eine um ca. 75 Prozent größere Reichweite vorweisen.

4. *Unterscheiden sich die von Social Bots verbreiteten Inhalte von menschlichen Inhalten in Bezug auf Text-Länge, Text-Stimmung, Text-Subjektivität, verbreitete Medien (Bilder, Videos, Links) sowie eingesetzte Verlinkungsstrategien (Hashtags, Cashtags, User Mentions)?*

Der bevorzugte Verlinkungsmechanismus von Social Bots sind Hashtags. Diese werden von Social Bots ca. 50 Prozent häufiger und in einer größeren Varianz eingesetzt. User Mentions, als Möglichkeit der direkten Nutzeradressierung, wurden hingegen von Menschen präferiert und kamen bei diesen mehr als doppelt so häufig zum Einsatz.

Eine weitere Erkenntnis betrifft den Einsatz externer Links. Diese wurden – wie auch bereits in den Studien von Stieglitz et al. 2017, Gilani et al. 2017, Brachten et al. 2017 und Chu et al. 2010 festgestellt wurde – häufiger von Social Bots eingesetzt (um ca. 22 Prozent). Der Anteil schadhafter Links fiel zwar bei Social Bots etwas höher aus, war aber insgesamt sehr gering: 1,86 Prozent bei Social Bots und 0,46 Prozent bei Menschen.

Analog zur Linkquote fiel auch der Medienanteil bei Social Bots um ca. 20 Prozent höher aus. Diese verwendeten im Durchschnitt 0,55 Medien pro Tweet, Menschen hingegen nur 0,45 Medien pro Tweet. Bei der Verteilung der Medien (Bild, Video, GIF) konnte keine größere Abweichung zwischen Menschen und Social Bots festgestellt werden: Das mit Abstand beliebteste Medium war in beiden Gruppen das Bild.

Konträr zur größeren Link- und Medienquote fielen die Texte bei Social Bots um ca. 30 Prozent kürzer aus als bei Menschen. Die Sentimentanalyse der Texte lieferte keine grundlegend abweichenden Ergebnisse. Die Grundstimmung

lag im leicht positiven Bereich. Tweets von Menschen wiesen bei einem Wertebereich von -1/+1 einen Wert von +0,21 (µ: 0,29) auf und Social Bots einen Wert von +0,14 (µ: 0,28). Einzig im Datensatz #midTerms2018 konnten bei Social Bots negativere Texte im Vergleich zu Texten von Menschen festgestellt werden. Hier scheint ein Indiz für eine negative Einflussstrategie vorzuliegen.

Der Vergleich der Inhalte offenbart zwar Unterschiede zwischen Social Bots und Menschen. Diese fallen jedoch nicht gravierend aus und lassen keine explizite Strategie erkennen. Die inhärente Taktik von Social Bots, möglichst authentisch menschlich zu kommunizieren, scheint zumindest formal aufgegangen zu sein. Der geringere Einfluss einzelner Tweets in Kombination mit der größeren Tweetproduktion lassen darauf schließen, dass Social Bots ihren Fokus stärker auf Quantität statt Qualität setzten. Auch die geringere Reichweite (33 Prozent weniger Follower) kann als Indiz für einen geringeren Einfluss gewertet werden.

Die Ergebnisse dieser Arbeit stehen damit im deutlichen Kontrast zur medialen Berichterstattung. Social Bots haben nach aktuellem Forschungsstand keinen übermäßig großen Einfluss und sind auch nicht überproportional in den sozialen Netzwerken vertreten. Ebenso fragwürdig, weil bis dato unerforscht, erscheint die tatsächliche Wirkung der von Social Bots verbreiteten Inhalte auf die Meinungsbildung bzw. auf das Offline-Verhalten von Nutzern.

Was die Medien daraus lernen könnten

Die Vermutung liegt nahe, dass es sich um ein Agenda-Setting der Medien handelt. Über die Ursachen kann nur spekuliert werden. Liegen sie in der Verunsicherung der Medienschaffenden, in der Unwissenheit, Algorithmen betreffend? Sind es journalistische Prozesse der Nachrichtenauswahl – weil die einen davor warnen, greifen es andere auf? Sind es wirtschaftliche Gründe, warum das Gefahrenpotential von Social Bots so hochstilisiert wird?

Theoretische Gefahren und Risiken, die von Social Bots ausgehen, wie etwa die manipulative Beeinflussung von Kaufentscheidungen sowie gesellschaftlichen Diskursen bis hin zur Beeinflussung von Wahlentscheidungen, sind sicherlich vorstellbar. Es existieren jedoch nach aktuellen Erkenntnissen keine eindeutigen Belege für deren Wirksamkeit. Einige Autoren sprechen sogar von einer »Mär von ‚Social Bots'« (Gallwitz/Krell 2019).

Vielmehr besteht durch eine einseitige Berichterstattung die Gefahr einer verzerrten Wahrnehmung von Social Bots, welche unter Umständen zu restriktiven politischen Konsequenzen, wie beispielsweise einer stärkeren Regulierung von sozialen Netzwerken führen kann. Diese Ansicht vertritt auch Linus Neumann, Sprecher des Chaos Computer Clubs. Er sieht in Social Bots eher ein Symptom als eine Ursache für aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen (vgl. Kind et al. 2017:

57). Das Einflusspotential liege hingegen bei ganz anderen Akteuren: »Privatfernsehen, Bild-Zeitung und lügende Innenminister würden die Menschen viel eher politisch beeinflussen« (Rebiger 2017).

Für die mediale Berichterstattung bleibt festzuhalten: Sie sollte »den bewussten Umgang mit den Kanälen und Diskursen fördern«, denn »Auch Algorithmen machen Fehler« (Niekler 2019). Während die einen vor der Macht der Social Bots warnen und eine europaweite Regulierung fordern (Sarovic 2019), sehen andere die Gefahr eher in einer Verschärfung der Gesetze. Dass die Gefahr der Überregulierung eine wesentlich höhere Gefahr für die Demokratie darstellt als die Bedrohung durch Bots, hält auch Markus Reuter fest: »Das Problem bei der Bekämpfung von Social Bots oder anderen manipulativen Accounts ist, dass eine Regulierung sehr schnell Grundrechte wie die Presse- oder Meinungsfreiheit tangiert – und so die negativen Folgen der Regulierung schwerer wiegen als der derzeit (kaum) festgestellte Schaden für die Demokratien durch diese Taktiken der Desinformation.« (Reuter 2019)

Der Beitrag basiert auf einer Masterarbeit im Fach Medieninformatik an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) Leipzig von Tommy Hasert.

Über die Autoren

Tommy Hasert (*1988) hat seinen Master of Science in Medieninformatik an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) Leipzig erworben. Er arbeitet als Programmierer in Leipzig. Kontakt: t.hasert@posteo.de

Gabriele Hooffacker (*1959), Dr.-phil., lehrt als Professorin an der Fakultät Informatik und Medien der HTWK Leipzig. Sie ist Mitherausgeberin der Journalistik. Kontakt: g.hooffacker@link-m.de

Literatur

Abokhodair, Norah; Yoo, Daisy; McDonald, David W. (2015): Dissecting a Social Botnet. In: Dan Cosley, Andrea Forte, Luigina Ciolfi und David McDonald (Hrsg.): *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing – CSCW*, 15. the 18th ACM Conference. Vancouver, BC, Canada, 14.03.2015 - 18.03.2015. New York, USA: ACM Press, S. 839–851

Amann, Melanie; Knaup, Horand; Müller, Ann-Katrin; Rosenbach, Marcel; Wiedmann-Schmidt, Wolf (2016): Social Bots. Wie digitale Dreckschleudern Meinung machen. In: *Spiegel Online*. Online verfügbar unter http://www.

spiegel.de/spiegel/social-bots-propaganda-roboter-verzerrenpolitische-diskussion-im-netz-a-1117955.html#ref=rss, zuletzt aktualisiert am 24.10.2016 [10.12.2018]

Brachten, Florian; Stieglitz, Stefan; Hofeditz, Lennart; Kloppenborg, Katharina; Reimann, Annette (2017): *Strategies and Influence of Social Bots in a 2017 German state election - A case study on Twitter*. ArXiv, abs/1710.07562.

Brühl, Jannis (2018): Das große Scannen. Facebook. In: *Süddeutsche Zeitung Online*. Online verfügbar unter https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/Facebook-das-grosse-scannen- 1.3982384, zuletzt aktualisiert am 16.05.2018 [13.11.2018]

Davis, Clayton; Onur Varol; Emilio Ferrara; Alessandro Flammini; Filippo Menczer (2016): BotOrNot: A System to Evaluate Social Bots. In: *Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web Companion*, S. 273-274. https://doi.org/10.1145/2872518.2889302

Gallwitz, Florian; Krell, Michael: Die Mär von »Social Bots«. In: *Tagesspiegel*, 03.06.2019, zuletzt aktualisiert 05.06.2019, online verfügbar unter https://background.tagesspiegel.de/die-maer-von-social-bots [07.06.2019]

Hasert, Tommy (2018): *Einfluss von Social Bots in sozialen Netzwerken am Beispiel von Twitter*. Unveröffentlichte Masterarbeit, Studiengang Medieninformatik, HTWK Leipzig.

Haugen, Geir Marius Sætenes (2017): *Manipulation and Deception with Social Bots: Strategies and Indicators for Minimizing Impact. Master Thesis*. Norwegian University of Science and Technology

Hegelich, Simon; Janetzko, Dietmar (2016): Are Social Bots on Twitter Political Actors? Empirical Evidence from a Ukrainian Social Botnet. In: *Proceedings of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media* (ICWSM 2016), S. 579-582

Irmisch, Anna (2011): *Astroturf. Eine neue Lobbyingstrategie in Deutschland?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Online verfügbar unter http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92890-6

Kerl, Christian (2017): »Social Bots« – eine Gefahr für die Demokratie. In: *Berliner Morgenpost*, 21.1.2017. Online verfügbar unter https://www.morgenpost.de/politik/article209348349/Social-Bots-eine-Gefahr-fuer-die-Demokratie.html [1.6.2019]

Kind, Sonja; Bovenschulte, Marc; Ehrenberg-Silies, Simone; Jetzke Tobias; Weide Sebastian (2017): *Social Bots. TA-Vorstudie*. Hrsg. v. VDI/VDE Innovation + Technik GmbH. Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag

Meiselwitz, Gabriele (Hrsg.) (2017): *Social Computing and Social Media*. Human Behavior. 9th International Conference, SCSM 2017, Held as Part of HCI International 2017, Vancouver, BC, Canada, July 9-14, 2017, Proceedings, Part I

Misener, Dan (2011): *Rise of the socialbots: They could be influencing you online. CBC News.* Online verfügbar unter https://www.cbc.ca/news/technology/rise-of-the-social-bots-they-could-beinfluencing-you-online-1.981796 [05.11.2018]

Niekler, Andreas (2019): *»Auch Algorithmen machen Fehler«*. Online verfügbar unter https://www.mediaqualitywatch.de/nachrichten/quot-auch-algorithmen-machen-fehler-quot [07.06.2019]

Ratkiewicz, J.; Conover, M. D.; Meiss, M.; Goncalves, B.; Flammini, A.; Menczer,F. (2011): Detecting and Tracking Political Abuse in Social Media. In: *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, S. 279-304

Rebiger, Simon (2017): Fachgespräch im Bundestag: Experten halten Einfluss von Social Bots für überschätzt. netzpolitik.org. Online verfügbar unter https://netzpolitik.org/2017/fachgespraech-im-bundestag-experten-haltenein-fluss-von-social-bots-fuer-ueberschaetzt/, zuletzt aktualisiert am 02.02.2017 [12.12.2018]

Reuter, Markus (2019): Social Bots: Was nicht erkannt werden kann, sollte nicht reguliert werden. In: *netzpolitik.org*. Online verfügbar unter https://netzpolitik.org/2019/social-bots-was-nicht-erkannt-werden-kann-sollte-nicht-reguliert-werden/, zuletzt aktualisiert am 9.5.2019 [1.6.2019]

Reuter, Markus (2017): Regulierungsdauerfeuer gegen Fake News und Social Bots ohne empirische Grundlage. In: *netzpolitik.org*. Online verfügbar unter https://netzpolitik.org/2017/regulierungsdauerfeuer-gegen-fake-news-und-socialbots-ohne-empirische-grundlage/, zuletzt aktualisiert am 24.01.2017 [10.12.2018]

Sarovic, Alexander (2019): »Eine echte Bedrohung für die Demokratie«. In: *Spiegel online*. Online verfügbar unter https://www.spiegel.de/politik/ausland/europawahl-2019-anne-applebaum-ueber-fake-news-und-desinformations-kampagnen-a-1267521.html, 23.5.2019 [1.6.2019]

Timberg, Craig; Dwoskin, Elizabeth (2018): Twitter is sweeping out fake accounts like never before, putting user growth at risk. In: *Washington Post*. Online verfügbar unter https://www.washingtonpost.com/technology/2018/07/06/Twitter-is-sweepingout-fake-accounts-like-never-before-putting-user-grow-thrisk/?utm_term=.a5f08e55c2ea, zuletzt aktualisiert am 06.07.2018 [13.11.2018]

Varol, Onur; Ferrara, Emilio; Davis, Clayton A.; Menczer, Filippo; Flammini, Alessandro (2017): Online Human-Bot Interactions. Detection, Estimation, and Characterization. In: *Proceedings of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media* (ICWSM 2017), S. 280-289

Watts, Clint (2018): Artificial intelligence is transforming social media. Can American democracy survive? In: *The Washington Post*. Online verfügbar unter https://www.washingtonpost.com/news/democracypost/wp/2018/09/05/artificial-intelligence-is-transforming-social-media-canamerican-democracy-survive/?utm_term=.dfb1169f9c8e, zuletzt aktualisiert am 05.09.2018 [10.12.2018]

Weck, Andreas (2016): Wie Social-Media-Trends durch Bots manipuliert werden. In: *t3n*. Online verfügbar unter https://t3n.de/news/social-media-trends-bots-694529/ [06.11.2018]

Woolley, Samuel; Gorbis, Marina (2017): Social media bots threaten democracy. But we are not helpless. In: *The Guardian*. Online verfügbar unter https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/16/bots-social-mediathreaten-democracy-technology, zuletzt aktualisiert am 16.10.2017 [10.12.2018]

Woolley, Sam; Howard, Phil (2014): *Bad News Bots: How Civil Society Can Combat Automated Online Propaganda*. Online verfügbar unter http://techpresident.com/news/25374/bad-news-bots-how-civil-society-cancombat-automated-online-propaganda [05.11.2018]

Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung
HERBERT VON HALEM VERLAG
Heft 2/2019, S. 154-168
2. Jahrgang
ISSN 2569-152X

Rezensionen

Britta M. Gossel, Kathrin Konyen (Hrsg.): *Quo Vadis Journalistenausbildung? Befunde und Konzepte für eine zeitgemäße Ausbildung.* Wiesbaden [Springer VS] 2019, 207 Seiten, 39,99 Euro

Rezensiert von Liane Rothenberger

Müssen zukünftige Journalisten auch Programmierer und Unternehmer sein? Sollen wir die Lernenden vor allem in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und Kreativität unterstützen? Wie viel Zeit des Lehrens soll der Dozent auf Recherchetechniken oder Schreibstil verwenden? Diese Fragen treiben viele um, die sich mit der Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten beschäftigen. Egal, ob sich diese Lernenden in einem Redaktionsvolontariat, einer Universität oder Fachhochschule oder in einer Online-Fortbildung befinden. Jetzt jedenfalls sitzen sie vor uns, möchten, dass man sie alles Wichtige lehrt, das sie für ihren journalistischen Werdegang brauchen. Was möchten sie lernen? Was sollen wir lehren? Aus der Fülle der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die man ihnen gerne vermitteln möchte, müssen wir auswählen.

Dieses Dilemma haben die Herausgeberinnen des Sammelbandes »Quo Vadis Journalistenausbildung« sowie die darin zu Wort kommenden Wissenschaftler, Ausbilder und Praktiker erkannt. Sie bieten Studienergebnisse, Erfahrungsberichte, persönliche Einschätzungen, die mal mehr, mal weniger hilfreich sind. Wurde die Studie in Teilen bereits in einer Diskussionspapierserie im Bestand der Digitalen Bibliothek Thüringen publiziert – wo man sich auch genauer über das Forschungsinstrument informieren kann – so liegt mit dem gedruckten Sammelband nun eine Zusammenfassung vor, angereichert durch Beiträge weiterer AutorInnen.

Auf den ersten knapp 70 von rund 200 Seiten stellen die Herausgeberinnen ihre 2015 durchgeführte Online-Befragung vor, bei der sie Angaben von 227 JournalistInnen in Ausbildung oder mit maximal zehn Jahren Berufserfahrung verwenden. Die Kernergebnisse sollen hier kurz angerissen werden. Ein Großteil der Befragten findet, dass Basiskompetenzen wie Kreativität, Konfliktfähigkeit, Gewissenhaftigkeit usw. in »genau richtigem« Maß vermittelt werden. Fachkompetenzen wie

Medienethik oder Medienrecht seien ebenfalls genügend in der Ausbildung vertreten, eher wird eine Aufstockung gefordert denn eine Reduktion. Unternehmerische Kompetenzen wie Medien-, Kosten- und Qualitätsmanagement könnten noch mehr vermittelt werden, finden die TeilnehmerInnen der Studie. Dabei macht die Auswertung der freien Anmerkungen aber auch deutlich, wie unterschiedlich die Geschmäcker sind: Hält der eine Technikvermittlung derzeit für überbetont und möchte mehr Breite in der Ausbildung, will der andere mehr Tiefgang in bestimmten Kompetenzfeldern. Was genau die Herausgeberinnen unter »Kompetenz« verstehen, legen sie zu Beginn des Kapitels dar. Dabei wird deutlich, dass ihre Befragung stark von einer Medienmanagement-Perspektive geprägt ist, was sich unter anderem im Fragenblock »unternehmerisches Selbstbild« in ihrer Studie zeigt. Ein Bereich, der in dieser Form in früheren JournalistInnenbefragungen nicht abgedeckt wurde, der aber in Zeiten von immer mehr Selbstständigen unter den Journalisten durchaus seine Berechtigung hat. Ein Ausbildungsfokus mit Ziel »fest angestellter Printredakteur« ginge sicherlich an den realen Zahlen für Feste vs. Freie vorbei. Allerdings ist fraglich, an was die Befragten zum Beispiel bei der Angabe »Karrierewunsch: unternehmerisch« eigentlich gedacht haben.

Weitere Kritikpunkte an der Studie (manche merkt auch Klaus-Dieter Altmeppen in seinem Beitrag an) betreffen die geringe Fallzahl und dass nur gemessen wurde, was sich die (angehenden) JournalistInnen wünschen, nicht aber, über welche Kompetenzen sie tatsächlich verfügen. Zudem wäre es gut gewesen, manche Befunde noch nach Zugehörigkeit der JournalistInnen zu Journalistenschule / Volontariat / Redaktion (evtl. differenziert nach Medium) / Fachhochschule / Universität getrennt auszugeben – auch trotz oder gerade wegen der geringen Fallzahlen. Und noch ein Wunsch: kurze Informationen zu den AutorInnen von Teil II wären sinnvoll gewesen. Die Auswahl der Praktiker in Teil III erschließt sich nicht und wirkt recht willkürlich, zeigt aber schön die unterschiedlichen Karrierewege auf.

Beatrice Dernbach bringt mit ihrem Eingangsstatement die Vorteile vielfältiger Wege in den Journalismus auf den Punkt: »Es gibt nicht den einen Weg – und das ist gut so!« Den sich in der Studie zeigenden divergierenden Wünschen nach zu erlernenden Kompetenzen kann nicht ein »Königsweg-Curriculum« gerecht werden. Eine Verständigung auf Basiskompetenzen ist sinnvoll, die Auswahl weiterer spezialisierter Lehrinhalte obliegt der jeweiligen Ausbildungsinstitution. Die journalistischen Labore von Hochschulen (und Journalistenschulen) können dabei als »Denkfabriken der Branche« (S. 77) fungieren. Ramón García-Ziemsen sieht bei der Fülle an Stoff, den man den Lernenden beibringen könnte (oder müsste) nur zwei Lösungen: alles extrem verdichten oder die Ausbildung verlängern.

Michael Harnischmacher präsentiert Daten aus internationalen Studien und erklärt Unterschiede in den Ausbildungssystemen anhand von geschichtlichen Entwicklungen. Klaus-Dieter Altmeppen bespricht negative Aspekte der Digi-

talisierung, zum Beispiel dass durch den Rückgang an Festanstellungen die Identitätsbindung an ein Medium immer schwächer wird. Altmeppen erinnert daran: Auch wenn der Trend zu technischen und unternehmerischen Kompetenzen geht: Die Kernkompetenzen zur Sicherung der Qualität im Journalismus sind wichtiger denn je. Ähnlich sieht es auch García-Ziemsen (von der Deutschen Welle), der Recherchesicherheit und Relevanzerkennung als besonders wichtige journalistische Kompetenzen benennt und fragt: »Vielleicht ist der Journalismus der Zukunft zumindest ein wenig der Journalismus der Vergangenheit?« Ganz im Gegensatz zu Yvonne Malak (vom Privatradio), deren Fazit ist: »Das Volontariat von heute sollte mit dem Volontariat aus dem letzten Jahrtausend nichts mehr zu tun haben.«

Gudrun Bayer betont, wie bedeutend Ausbildungsverantwortliche in Medienhäusern sind und wie Redaktionen Auszubildende als Impulsgeber für Innovationen und Ideen von außen verstehen können. Dabei können große im Gegensatz zu kleinen Verlagshäusern die Ausbildung natürlich in anderem Rahmen gestalten – aber beide Varianten haben ihre Vor- und Nachteile. Wie andere AutorInnen fordert auch Stephan Weichert, dass die Gestalter der Studiengänge diese stets reflektieren und – wo nötig – umstellen und erneuern sollten. Genau wie Redaktionen sind auch Ausbildungsstätten »lernende Organisationen« (S. 125). Weichert sieht vor allem bei der Vermittlung von technischem Know-How Nachholbedarf. Nikolaus von der Decken tritt für betriebswirtschaftliches unternehmerisches Denken ein. Er plädiert dafür, Projekte aus der Sender-Empfänger-Perspektive (und nicht nur aus der Sender-Perspektive) heraus zu entwickeln und dabei die Kosten- und Erlöschancen von Anfang an im Blick zu haben.

Das journalistische Berufsfeld ist derart facettenreich geworden, dass jemand, der gerne ausschließlich SEO für einen großen Verlag macht genauso sein Plätzchen findet wie jemand, der sich auf Testberichte über Mountainbikes spezialisiert hat, oder jemand, dem Programmieren mehr liegt als Schreiben. Innovationen sind nötig, um zukunftsfähig bleiben zu können, aber muss jeder Journalist eine Drohne für Überlandbilder bedienen können? Es ist gut, dass der Sammelband unterschiedliche Ausbildungsträger zu Wort kommen lässt, neue Impulse gibt und manches relativiert. Er sei allen empfohlen, die in der Journalistenausbildung tätig sind (wie gesagt: egal wo, an Fachhochschulen, Universitäten, Journalistenschulen, in Redaktionen oder anderswo). Es ist gut, dass die Inhalte der Ausbildung immer wieder neu diskutiert werden, nicht nur in diesem Buch, sondern auch in Schriftstücken und Muster-Ausbildungsplänen von DJV, EJTA oder VOCER, auf Ausbildungskonferenzen von »Initiative Qualität im Journalismus« oder von der ECREA »Journalism and Communication Education« Arbeitsgruppe.

Wichtig hervorzuheben ist noch, dass die Studie eine Zusammenarbeit von Universität und Deutschem Journalistenverband ist. Solche Kooperationen sollte

es öfter geben – sie sorgen für einen engeren Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis – die beide in der Ausbildung aktiv sind. Und nicht zuletzt ist die Studie inzwischen vier Jahre alt. Vielleicht ist es bereits an der Zeit, über die Konzeption einer Folgestudie nachzudenken.

Ein wahres Wort am Schluss, aus dem »Und nun?«-Abschlusskapitel des Buches: Wie die speziellen Anforderungen an den Journalismus und damit die Journalismusausbildung in zehn Jahren aussehen werden, das lässt sich heute »nicht seriös prognostizieren« (S. 204).

Über die Rezensentin

Liane Rothenberger ist akademische Oberrätin a.Z. am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft an der Technischen Universität Ilmenau. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören Journalismus, Normen und Werte in der Kommunikationswissenschaft und Krisenkommunikation.

Manfred Theisen: ***Nachgefragt. Medienkompetenz in Zeiten von Fake News. Basiswissen zum Mitreden.*** **Bindlach [Loewe] 2019, 136 Seiten, 8,95 Euro.**

Rezensiert von Guido Keel

Diskussionen um Medienkompetenz – oder Media Literacy – haben Konjunktur. Vorwürfe, der Journalismus sei zur Lügenpresse verkommen, Wahlmanipulationen durch Fake News, Smartphone-Nutzung bei Jugendlichen und Kindern – sie alle haben zu der Erkenntnis geführt, dass es an Medienkompetenz mangelt, und dass dieser Mangel eine Gefahr für die Gesellschaft, die Demokratie und das persönliche Wohlergehen vor allem von Heranwachsenden ist.

Die Buchreihe Nachgefragt bringt einem jugendlichen Laienpublikum auf leicht verständliche Weise ein gesellschaftliches Thema näher, indem es Schlüsselbegriffe und Konzepte in einer Frage-Antwort-Struktur erklärt. Vergangene Ausgaben widmeten sich den Themen »Politik«, »Philosophie«, »Menschenrechte und Demokratie«, »Flucht und Integration« und »Weltreligionen«. Auf dieser Reise vom Allgemeinen zum Spezifischen und Aktuellen ist die Reihe nun bei Medienkompetenz angekommen. *Medienkompetenz in Zeiten von Fake News*, wie der Titel vollständig lautet.

Der Autor Manfred Theisen »ist eigentlich Politologe«, kennt die Medien aber aus seiner Tätigkeit als Journalist und Redakteur. Sein Zugang zum Thema ist ein praktischer, sein Interesse ein gesellschaftliches. In diesem Sinn hält er sich nicht lange auf mit wissenschaftlichen Theorien und Erkenntnissen. Zwar berücksichtigt er in seinen Antworten wissenschaftliche Studien, aber Quellen oder ein Literaturverzeichnis sucht man vergeblich. Das erscheint durchaus passend für ein Buch, das Jugendlichen abstraktes Wissen vermitteln will.

Das Buch ist in sieben Kapitel gegliedert: Im ersten erklärt der Autor anhand von 13 Fragen, was Medien, inklusive Soziale Medien, eigentlich sind. Leicht, kompakt und anschaulich präsentiert der Autor Grundsätzliches zu Medienakteuren, Medieninhalten, Mediennutzung und Medienökonomie. Die nächsten zwei Kapitel behandeln beide das Thema Fake News. Zunächst erklärt Theisen, wieder anhand von konkreten Fragen, was Fake News sind, um dann zu erklären, warum es Fake News überhaupt gibt und wie sie eingesetzt werden. Dabei liefert der Autor sowohl historische Bezüge als auch aktuelle Beispiele.

Kapitel 4 widmet sich Populisten und dem Umgang von Politikern mit den Medien, Kapitel 5 dem Thema Daten und Datensicherheit. Das sechste Kapitel beschreibt unter dem Titel »Willkommen in Smartphonia« die Gefahren der Online-Welt, insbesondere der Online-Sucht und Filterblasen. Die Gefahr des Cybermobbings und der Hate Speech wird separat im letzten Kapitel des Buchs behandelt. In diesen beiden letzten Kapiteln wandelt sich das Buch langsam zum

Ratgeber für junge Internauten, bevor dann im Anhang eine Fülle von hilfreichen Links und Adressen rund um das Thema Medien folgt, die den Leserinnen und Lesern auf weitere Quellen und Anwendungen zum Thema aufmerksam machen. Die Tipps umfassen sowohl Alternativen zur Suchmaschine Google und zum Messenger-Dienst Whatsapp als auch Anlaufstellen und Telefonnummern von Beratungsstellen in Fällen von Cybermobbing.

Das Buch hat den Anspruch, Jugendlichen ab 12 Jahren vermeintlich komplizierte gesellschaftliche und politische Sachverhalte verständlich und lebensnah zu erklären. Inwiefern kann das Buch diesen Anspruch einlösen? Nun, zunächst einmal ist es ein Sachbuch; damit stellt sich dem Zielpublikum bereits eine Einstiegshürde – welcher 12-Jährige nimmt von sich aus ein Buch zur Hand, um sich über ein gesellschaftliches Thema zu informieren? Ist diese Hürde aber erst einmal überwunden, macht einem das Buch dank seines Aufbaus den Zugang zum Wissen über Medienkompetenz einfach. Weder schreckt es das junge Laienpublikum durch die Verwendung von Fachsprache ab, noch zwingt es die Leserin, sich mühsam durch das gesamte Buch zu arbeiten. Vielmehr kann man überall einsteigen und sich den Fragen annehmen, die einen gerade besonders interessieren. »TV und Radio: Weshalb müssen wir Gebühren bezahlen?« – »Warum sind Instagram und Whatsapp so mächtig?« – »Erste Hilfe bei Cybermobbing – Wie wehrst du dich?«

Zu insgesamt 66 Fragen, die sich Mediennutzer durchaus stellen, liefert das Buch auf jeweils einer, maximal zwei Seiten Antworten. Dabei muss der Autor begreiflicherweise kürzen, vereinfachen, Details auslassen. Aber nur äußerst selten wirkt dies störend oder unseriös. Übermäßig vereinfachende Aussagen wie »Boulevardzeitungen neigen dazu, zu übertreiben und zu polarisieren. So werden aus Nachrichten leicht Fake News« (19) wirken zwar etwas unpräzis, sind aber selten. Dafür liefert das Buch mit einfachen Begriffen und Vergleichen Definitionen, die den Sachverhalt jeweils gut auf den Punkt bringen.

Etwas langfädig wirkt das schlanke Büchlein, wenn es historisch wird. So führt der Autor auf verhältnismäßig langen acht Seiten die Geschichte der Fake News aus, angefangen im Jahr 1274 v. Chr. über das römische Kaiserreich, die Kreuzzüge, Daniel Defoe und seinen Robinson Crusoe, die Oktoberrevolution, die Reichspogromnacht und den Einmarsch in Polen, den Vietnamkrieg bis schließlich zur Invasion in Irak. Verglichen mit der Knappheit, die der Autor sonst pflegt, wirken diese Ausführungen genau so: ausführlich.

Ansonsten ist das Buch hochaktuell und alltagsnah. Das könnte ihm in der Auswahl und Gewichtung der Themen allerdings auch zum Verhängnis werden: Fake News beanspruchen zwei der sieben Kapitel bzw. ein Viertel der Seiten im Hauptteil des Buchs. Wie neuere Untersuchungen jedoch zeigen, ist das Thema Fake News und Filterblasen möglicherweise in einer ersten Schockreaktion von Fachleuten überbewertet worden bzw. spielt eine sehr viel geringere Rolle als

ursprünglich angenommen. Stattdessen wären es Fragen wie »Was ist überhaupt eine Nachricht?« und »Worin liegt die Relevanz von Informationen – für mich, für die Gesellschaft?«, die sich angesichts des veränderten Mediennutzungsverhaltens von Jugendlichen und den möglichen Folgen für das demokratische und gesellschaftliche Zusammenleben vermehrt stellen; diese werden aber im Buch eher knapp behandelt.

Wenn man es schafft, Jugendliche für die Lektüre dieses Buchs zu motivieren, öffnen sich ihnen eine Fülle an leicht verständlichen Informationen. Schafft man es nicht, so bietet das Buch interessierten Eltern und Lehrpersonen Material für Gespräche mit Jugendlichen, zur gemeinsamen Reflexion über den kompetenten Umgang mit Smartphone und anderen Medien. Insofern ist es ein Buch über Medienkompetenz für Jugendliche, für Erwachsene im Umgang mit Jugendlichen – und schließlich auch für Erwachsene selbst. Denn als Vorbilder für Kinder und Jugendliche ist es für sie mindestens genauso angebracht, ihre eigene Mediennutzung und Medienkompetenz gelegentlich kritisch zu reflektieren.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 22. März 2019, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/21748.

Über den Rezensenten

Prof. Dr. Guido Keel ist Leiter des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Zu seinen Schwerpunkten in der Forschung gehören Qualität im Journalismus, Wandel im Journalismus und Journalismus in nicht-europäischen Kontexten.

Karl Nikolaus Renner, Tanjev Schultz, Jürgen Wilke (Hrsg.): *Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert.* Köln [Herbert von Halem], 2017, 590 Seiten. 49 Euro

Rezensiert von Sebastian Köhler

Die beiden Leitbegriffe »Autonomie« und »Nutzwert«, welche den Sammelband umklammern sollen, haben seit einiger Zeit ganz sicher »eine besondere Aktualität« erhalten (13). Den Herausgebern ist bewusst, dass es nicht mehr nur um die Zukunft des Journalismus in digitalisierten Verhältnissen geht, sondern spätestens seit dem Jahreswechsel 2015/2016 mehr und mehr grundsätzlich um dessen Legitimation in der Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund entstand der Band als Festschrift für den Publizisten Volker Wolff, der von 1995 bis 2014 am Journalistischen Seminar des Institutes für Publizistik der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz die Professur für Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus innehatte.

Wie Wolff nach Ansicht der Herausgeber auch, versucht die Aufsatzsammlung Brückenschläge zwischen Praxis und Wissenschaft (vgl. 14). Daher enthält die Festschrift neben wissenschaftlichen Fachaufsätzen auch Essays und Erfahrungsberichte von Journalisten und Öffentlichkeitsarbeitern, die Wolff besonders verbunden sind.

Der erste Teil konzentriert sich auf geschichtliche und übergreifende Perspektiven (21-184), der zweite Teil setzt sich mit aktuellen Herausforderungen des Journalismus auseinander (185-356). Der dritte Part ist dem Wirtschafts- und Finanzjournalisten Volker Wolff gewidmet (357-482), und last but not least der vierte Teil ihm als Hochschullehrer (483-580). Der Band versammelt so bewusst recht unterschiedliche Positionen, auch mit »ihren partiellen Widersprüchen« (17), als fortgesetztes »Selbstgespräch, welches die Zeit über sich selber führt«, wie es ja schon Mitte des 19. Jahrhunderts der liberale Publizist Robert Eduard Prutz für den aufkommenden modernen Journalismus beschrieben hatte.

Angesichts aktueller Entwicklungen, die Medienfreiheit in demokratisch verfassten Gesellschaften von zumindest zwei Seiten unter Druck erscheinen lassen (Medienkonzerne wie Facebook und Twitter löschen weitgehend intransparent mutmaßliche Fake-News-Accounts, die Staatsmacht in Sachsen vom Ministerpräsidenten bis hin zum LKA-Mitarbeiter hindert Journalisten an der Arbeit), ist der Beitrag »Was ist (uns) Pressefreiheit noch wert?« von Christina Holtz-Bacha besonders lesenswert (79ff.). Holtz-Bacha rekonstruiert erklärungskräftig zwei semi-aktuelle Phänomene in diesem Kontext: den Fall »Cicero« aus dem Jahr 2005 und den Fall »Netzpolitik.org« aus dem Jahre 2015. In beiden Fällen wurde die Medienfreiheit in Deutschland politsch-juristisch eingeschränkt (wirtschaftlich-strukturelle Einschränkung von Medienfreiheit bleibt auch hier leider

unterbelichtet). Die Autorin hält fest, dass entsprechende wiederkehrende Auseinandersetzungen immer wieder auch vor höchsten Gerichten ausgetragen werden. Ihr zeigt sich, dass Medienfreiheit nicht selbstverständlich sei, »sondern der ständigen Bestätigung« (93) bedürfe. Weder im Fall »Cicero« noch im Fall »Netzpolitik.org« sei jemand pro Medienfreiheit auf die Straße gegangen. Holtz-Bacha problematisiert zu Recht, dass mittlerweile »Pressefreiheit« prekärer als in früheren Jahren erscheint.

Auch der Beitrag »Nichts ist sicher« (99ff.) von Tanjev Schultz erscheint mir sehr relevant angesichts von »Herausforderungen in der Berichterstattung über Terrorismus«. Schultz geht wie viele andere Journalistik-Experten davon aus, dass es keine »allgemein anerkannte Definition von Terrorismus« (100) gebe. Dennoch verwendet er den Terminus, der ja ein stark wertender ist, auf der Objektebene und nicht auf der Metaebene (also nicht als Zitat mit Verweis auf den Sprachgebrauch von entsprechenden Quellen). Das mag verwundern, wird es doch der Komplexität der Anschlags-Problematiken und der entsprechenden Berichterstattungen kaum gerecht. Um es polemisch zu verdeutlichen: »Terror« und »Terrorismus« betreiben »natürlich« immer »die Anderen« (die Bösen, die Außenstehenden etc.).

Leider geht es Schultz anscheinend gar nicht um diese Ebene von »Terror«. Er setzt diese Dichotomie implizit voraus und diskutiert vielmehr, inwieweit von einer »Symbiose« von Journalisten und Anschlags-Tätern ausgegangen werden kann. Der Autor weist solche Modellierung zurück und notiert, stattdessen sei eine Asymmetrie maßgeblich: »Terroristen mögen auf Medien angewiesen sein, aber umgekehrt trifft dies nicht zu. Journalisten brauchen keine Terroristen. Die Massenmedien brauchen keine Terroranschläge, um ihre Funktion zu erfüllen« (101). Interessant, dass sich hier angesichts solch normativer Formulierungen die vorausgesetzte implizite Dichotomie (»wir« gegen »die Terroristen«) explizit rekonstruieren lässt. Und man damit doch relativ schnell an Grenzen der Erklärungskraft dieser Modellierung stößt. Schultz jedenfalls tut das Modell »Symbiose« als bloße »Redeweise« ab (102), was mich kaum überzeugt.

Schultz schreibt, er wolle zudem mehr Beachtung für die ebenfalls heiklen Beziehungen zwischen Medien und Sicherheitsbehörden. Auch in der Kommunikation mit Behördenvertretern sieht er immerhin ein strukturelles Problem (vgl. 104). Allerdings scheint er von Äquidistanz wenig zu halten – zwar sei Leichtgläubigkeit gegenüber Behördenvertretern fehl am Platze, aber Misstrauen führe zu einer anderen Gefahr: »dem Erodieren des in der Gesellschaft notwendigen Grundvertrauens in zentrale Institutionen« (104). Von welcher Gesellschaft schreibt er hier? Von allen? Von allen gegenwärtigen? Warum sollte nicht selbst (oder gerade!) in Gesellschaften, deren Politikfeld demokratisch verfasst ist, Skepsis und Einmischung sinnvoll sein statt eines ziemlich konservativ klingenden »notwendigen Grundvertrauens« (s.o.)? Der Autor erweist sich hier meines Erach-

tens zu unreflektiert als ein Ensemble jener Verhältnisse, die ihm vertraut zu sein scheinen.

Für die journalistische Praxis schlägt Schultz »sieben wichtige Punkte« im Kontext von Anschlags-Berichterstattung vor (vgl. 110ff.), die (mehr als bisher) auch in Studium und Ausbildung einfließen sollten:

1.) Verzicht auf Fotos der Täter und auf das Nennen ihrer Namen

2.) qualitative und quantitative Mäßigung der Berichterstattung

3.) besondere Vorsicht bei Live-Berichterstattung

4.) Transparenz herstellen für die eigene Arbeit samt Ungewissheiten

5.) Einordnung in Kontexte und Hintergründe, realistische Gefahreneinschätzungen

6.) Kritische Distanz zu Politik und Sicherheitsbehörden

7.) Konstruktive Rolle übernehmen – nicht nur Probleme, sondern auch mögliche Lösungen vermitteln

Ein dritter Beitrag, den ich besonders lesenswert finde, ist jener von Kerstin Liesem: »Der Verdacht« (119ff.). Der Autorin geht es um entsprechende Drahtseilakte zwischen Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz. Liesem skizziert überzeugend, warum und inwiefern Journalisten bei der Berichterstattung über Verdachtsfälle besondere Verantwortung tragen. Journalisten sollten nicht abwarten, bis sich ein Verdacht erhärtet habe. Im Gegenteil – sie könnten und sollten Vorgänge aktiv aufgreifen, auch in einem Stadium, in dem lediglich ein Verdacht (oder mehrere Verdachtsmomente in verschiedene Richtungen) bestünden (vgl. 128). Allerdings weist Liesem zurecht immer wieder auf die journalistische Sorgfaltspflicht hin.

Zwar hat sich die Konkurrenz innerhalb der Medienlandschaft verschärft, und darüber hinaus – so ist mittlerweile hinzuzufügen – auch die Konkurrenz der Journalisten einerseits gegenüber der Staatsmacht und andererseits gegenüber bestimmten Gruppen/Schichten der Bevölkerung. Oder treffender: Sie wurde und wird von Menschen verschärft. Und dennoch ist die journalistische Sorgfaltspflicht wichtig, ja, sie wird noch wichtiger, um Vertrauen dem Journalismus gegenüber (zurück-) zu gewinnen. Der Autorin gelingt ein überzeugendes Plädoyer für diese spezielle Dialektik von Einzelnem und Allgemeinem im besonderen Fall: Hinter jedem Verdachtsfall steht – nicht nur laut Liesem – zumindest EIN Mensch. Eine Person, die im schlimmsten Fall eines falschen Verdachtes vor den Trümmern ihrer Existenz stehe. Damit professionell umzugehen, ist der Autorin zufolge ein wichtiger Teil der gesellschaftlichen Verantwortung von Journalisten.

Diese Beispiele sollen belegen, dass der Band in vieler Hinsicht, für Praktiker und Theoretiker, Anregendes enthält und somit als gelungene Mischung sowohl für die Bandbreite als auch für die Tiefenaspekte von journalistischen und Journalistik-Problemen gelten kann.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 21. September 2018, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/21423.

Über den Rezensenten

Dr. Sebastian Köhler, M.A., arbeitet seit April 2010 als Professor für Journalistik und angewandte Publizistik an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft (HMKW) in Berlin. Daneben ist er weiterhin als selbstständiger TV-Producer und Onlinejournalist tätig, seit 2004 vor allem für den deutschen Dienst der Nachrichtenagentur Reuters in Berlin. Sebastian Köhler ist auf Twitter unterwegs als @sebkoe

Marcus Bölz: *Sportjournalistik*. Wiesbaden [Springer VS] 2017, 310 Seiten, 25 Euro

Rezensiert von Jörg-Uwe Nieland

Im Jahr 2013 publizierte Marcus Bölz einen Band über den Fußballjournalismus in Deutschland. Die medienethnographische Arbeit gab Einblicke in die Professionalisierung und Kommerzialisierung der Sportredaktion von regionalen Zeitungen, angesichts von Medienwandel, Zeitungskrise und Unterhaltungs-/Fußballfixierung des Publikums.

Der aktuelle Band hat einen weitaus höheren Anspruch. Denn Sportjournalistik beschäftigt sich mit den »Regeln, Normen und Arbeitsweisen des Sportjournalismus« und diskutiert, »was der Sportjournalismus für die Gesellschaft leistet und welche Folgen, Effekte und Wirkungen die Rezeption von Sportmedien bei den Menschen und in der Gesellschaft auslöst« (XVIII). Bölz erhebt also den Anspruch, die Sportkommunikationsforschung (konkret die Teilbereiche: Kommunikatorforschung und Redaktionsmanagement) mit der Journalistik zusammenbringen, um so »die Wechselwirkungen von Theorie und Praxis im Sportjournalismus zu erkennen« (XVI).

Die Relevanz begründet der Autor mit folgender Beobachtung: »Tatsächlich komponieren Sportjournalisten die mediale Realität der hochemotionalen Traumwelt Sport.« (XV) Es geht noch eine Nummer größer: »Ähnlich wie das Christentum in den vergangenen Jahrhunderten verfügt der Sport heute über eine faszinierende Bildermacht, mythische Kraft und eine kommunikative Omnipräsenz« (Ebd.),

Im Theoriekapitel wird McLuhan in Zusammenhang mit der Mediatisierung genannt (vgl. 3); weitere Ausführungen zu Öffentlichkeitswandel und vor allem zur Medialisierung (bzw. Mediatisierung) aber fehlen. Hier vergibt sich der Autor die Möglichkeit, an die breite bzw. breiter werdende Forschung zur »Medialisierung des Sports« anzuschließen. Mit Verweis auf Görke betont Bölz, dass die redaktionell organisierten Sportmedien »unsere Gesellschaft sachlich, sozial und temporal« synchronisieren (4f.), aber insgesamt bleibt die Darstellung von systemtheoretischen Zugängen unterkomplex. Die Entfernung zur kommunikationswissenschaftlichen Theoriedebatte verdichtet sich im Zitat: »Dabei stellt sich für viele Sportjournalisten die Frage: ›Brauche ich überhaupt Theorien für mein alltagspraktisches redaktionelles Handeln?‹« (7) Hier sei die Frage erlaubt: Seit wann entscheiden Praktiker über den Sinn von Theorien? Auch für ein Lehrbuch enthält das Kapitel 1 wenig Literatur(-verweise) und kommt fast ohne Beispiele und vor allem Forschungsergebnisse aus.

Ein Manko, welches auch in den nachfolgenden Kapiteln durchscheint. Kapitel 2 zur alltagskulturellen Bedeutung des Sportjournalismus beschäftigt sich u. a.

mit ökonomischen Aspekten und wirft dabei die Frage auf: »Kann man ein Produkt, das für teuer Geld vom eigenen Betrieb eingekauft wird und das im Zweifelsfall vielleicht gar nicht attraktiv ist, sondern ein müdes Gekicke, neutral als müdes Gekicke beschreiben« (46). Eine klare Antwort bleibt der Autor zunächst schuldig, vielmehr hält er recht allgemein fest: »Sportjournalisten sind vor dem Hintergrund der intensiven sportjournalistischen Produkte Kultur- und vor allem Sprachvermittler dieser Gesellschaft« (ebd.).

Eine der wenigen Stellen, an der auf die internationale Forschung eingegangen wird, ist der Bezug zu Maguire und seiner Bestimmung von »Sport als Spektakel«. Nach Maguire zeigt sich im Sport ein »gesellschaftlicher Probelauf, der künftige transnationale Identitäten im Zeichen der Profitmaximierung und Weltkultur und vor dem Hintergrund der Auflösung nationaler Identitätsfindungsprozesse bereits jetzt simuliert« (49). Die Konsequenzen dieser Einschätzung werden kaum behandelt.

Das Kapitel 3 erinnert daran, dass die demokratische Gesellschaft den Journalismus »als die vierte Gewalt in einem Staatswesen« bezeichnet (55), ohne dass die Spezifika des Sportjournalismus auf diese (normative) Funktion bezogen würden. Somit bleibt offen, ob der Sportjournalismus eine Kontrollfunktion zu erfüllen hat und, wenn ja, ob er sie bislang erfüllt. Dafür zeigt Bölz, dass sich das Zwiebel-Modell von Weischenberg zur Erklärung der Kontexte/Einflussfaktoren auch des Sportjournalismus heranziehen lässt (vgl. 66f.) – genau deshalb hätte für meine Begriffe dieser Aspekt mehr Platz verdient.

Eine Stärke der vorliegenden Arbeit ist die Beschäftigung mit den Pionierstudien der Sportkommunikatorforschung in Deutschland. Leider finden sich dann aber zu wenige Bezüge zu neueren Studien zum Selbstverständnis von Sportjournalisten. Deshalb haben die Veränderungen, die laut Bölz durch den »digitalen Medienwandel« hervorgerufen werden und in sieben Trends zu beobachten sind, keinen klaren Bezug zur (aktuellen) Forschung zur Digitalisierung und zum Sportjournalismus.

Das Kapitel 4 widmet sich der »Geschichte und Gegenwart des Sportjournalismus«. Bölz legt eine sehr überzeugende Aufarbeitung der Historie des Sportprintjournalismus (vgl. 90ff.) vor. Sportjournalismus im Hörfunk (vgl. 106ff.) kommt meines Erachtens zu kurz. Zum Sportjournalismus im Fernsehen werden leider keine Daten geliefert. Denkbar wäre ein Blick auf die (hohen bzw. »höchsten«) Einschaltquoten gewesen, wie sie bespielweise regelmäßig in den Media Perspektiven veröffentlicht und diskutiert werden. Stattdessen wird der (RTL-) Sportjournalist Felix Görner aus dem Jahr 1995 zitiert; er »schätzt das Fernsehen als Leitmedium des Sports besonders kritisch ein«, da das Fernsehen »das Abbild des Sports« attraktiver erscheinen lässt »als das eigentliche Spiel« (115). Gerade an dieser Stelle fehlt eine Auseinandersetzung mit der Debatte um die »Medialisierung des Sports«.

Stattdessen erinnert Bölz mit einem Einschub an den Fall von Carmen Thomas, der ersten Sportmoderatorin des »Aktuellen Sportstudio« (ZDF). Dieses Fallbeispiel hat besondere Aktualität angesichts der Anfeindungen gegen Claudia Neumann bei der Fußball-WM 2018 in Russland. In dem Unterkapitel zu den durch die Digitalisierung hervorgerufenen Herausforderungen und Veränderungen hätte meiner Meinung nach die Konkurrenz der SportjournalistInnen zum so genannten Bürgerjournalismus, der Umgang mit der PR von Verbänden und SportlerInnen in den sozialen Medien sowie die Bedeutung der Twitterkommunikation von SportjournalistInnen gefragt werden können. Der Bezug zur Studie von Koch zur Recherchetätigkeit von Sportjournalisten ist weniger hilfreich, denn zitiert wird der Befund, dass aufgrund der Digitalisierung SportjournalistInnen »Informationen größtenteils durch die Meldungen von Agenturen oder Rundfunkmeldungen erhalten« (119).

Kapitel 5 behandelt den »Sportjournalismus und seine ethischen Normen«. Bölz stützt sich einerseits auf die klassischen Quellen der Journalistik, arbeitet aber andererseits mit Literatur, die wenig kommunikationswissenschaftliche Wucht hat. Geil wird mit einem Beitrag aus der *Jungen Welt* (aus dem Jahr 2008) zitiert, um das magische Dreieck Sport, Medien und Wirtschaft zu beschreiben. Außerdem ist zu beanstanden, dass Bölz wieder Sportjournalismus fast ausschließlich als Fußballjournalismus behandelt (bspw. vgl. 136). Gut nachvollziehbar ist dagegen die Auseinandersetzung mit der Studie von Schaffrath, aber es fehlen Hinweise auf kritischen Sportjournalismus und seiner Institutionalisierung (Stichwort: »Dopingredaktion der ARD«).

In Kapitel 6 findet eine Besprechung des Aspekts »Qualität (des Sportjournalismus)« statt. Sehr gelungen ist die Anwendung der Kriterien von Russ-Mohl (vgl. 150f.) Der Klassifikation von Schaffrath als Systemtheoretiker (vgl. 153) würde ich allerdings nicht unbedingt folgen. Das Kapitel 7 ruft den Zusammenhang von »Sportjournalismus und seine[n] Rezipienten« auf. Dieser Abschnitt liefert eine Reihe von Daten und diskutiert die Befunde verschiedener Studien (etwa von Maar sowie von Schramm). Außerdem setzt sich Bölz mit dem Niedergang der Tageszeitungen auseinander (vgl. 192). Besonders lesenswert sind die Kapitel 9 und 10 zum Redaktionsmanagement im Bereich Sport (sowohl Print wie TV).

Abschließend ist festzuhalten: Die Sportjournalistik von Bölz stellt für die Zielgruppe Studierende und auch Praktiker ein empfehlenswertes Buch dar – auch weil die Fragen am Ende der jeweiligen Kapitel sehr hilfreich für die Wissens- und Lernkontrolle sind. Für die Sportkommunikationsforschung liefert das Lehrbuch keinen Beitrag – das war aber auch nicht das Ziel.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 13. Juli 2018, abrufbar unter https://www.rkm-journal.de/archives/21323.

Über den Rezensenten

Dr. Jörg-Uwe Nieland hat Politikwissenschaft an den Universitäten Duisburg, Bochum und Berlin studiert. Er ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Darüber hinaus ist er assoziiertes Mitglied im SFB »Medien der Kooperation« an der Universität Siegen und am Institut für Europäische Sportentwicklung und Freizeitforschung an der Deutschen Sporthochschule Köln. Seit 2014 Sprecher bzw. stell. Sprecher der Ad-hoc-Gruppe »Mediensport und Sportkommunikation« in der DGPuK; Vorstandsmitglied der Initiative Nachrichtenaufklärung e.V.

Open Source

BLexKom blexkom.halem-verlag.de
BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

BLexKom möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

http://blexkom.halem-verlag.de

r:k:m rezensionen:kommunikation:medien

rezensionen:kommunikation:medien (*r:k:m*) versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seinen Lesern einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen.
http://www.rkm-journal.de

Journalistikon
Das Wörterbuch der Journalistik
http://www.journalistikon.de

Das *Journalistikon* ist das erste deutschsprachigen Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Wissenschaftler oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an jeden, der sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistikon* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

http://www.journalistikon.de

CHRISTINA PETER / TERESA K. NAAB / RINALDO KÜHNE (HRSG.)

Measuring Media Use and Exposure. Recent Developments and Challenges

Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 14

ISBN (Buch) 978-3-86962-287-3
ISBN (ePDF) 978-3-86962-288-0

P. MÜLLER / S. GEISS / C. SCHEMER / T. K. NAAB / C. PETER (HRSG.)

Dynamische Prozesse der öffentlichen Kommunikation. Methodische Herausforderungen

Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 15

ISBN (Buch) 978-3-86962-404-4
ISBN (ePDF) 978-3-86962-405-1

SARAH KOHLER

Die Aggregation und Analyse von Zeitdaten im Agenda-Setting-Ansatz

Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, 16

ISBN (Buch) 978-3-86962-463-1
ISBN (ePDF) 978-3-86962-464-8

JUTTA BRENNAUER

Von „Wirtschaftsflüchtlingen" und „Willkommenskultur". Fluchtberichterstattung abseits des Politikressorts

ISBN (Buch) 978-3-86962-437-2
ISBN (ePDF) 978-3-8696-2438-9

BJÖRN BRÜCKERHOFF

Orientierung durch Suchmaschinen. Ein dynamisch-transaktional gedachtes Modell

ISBN (Buch) 978-3-86962-447-1
ISBN (ePDF) 978-3-86962-448-8

HOLGER WORMER / SASCHA KARBERG

Wissen. Basiswissen für die Medienpraxis

Journalismus Bibliothek, 10

ISBN (Buch) 978-3-86962-024-4

ELIZABETH PROMMER / CHRISTINE LINKE

Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen

Mit einem Vorwort von Maria Furtwängler

edition medienpraxis, 17

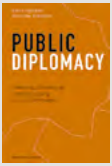
ISBN (Buch) 978-3-86962-428-0
ISBN (PDF) 978-3-86962-429-7

KONRAD DUSSEL

Bilder als Botschaft. Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905 - 1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum

Unter Mitwirkung von Patrick Rössler

ISBN (Buch) 978-3-86962-414-3
ISBN (PDF) 978-3-86962-415-0



DIANA INGENHOFF / ALEXANDER BUHMANN

Public Diplomacy. Messung, Entstehung und Gestaltung von Landesimages

ISBN (Buch) 978-3-7445-1198-8
ISBN (ePDF) 978-3-7445-1200-8

TANJA MAIER

Die (un-)sichtbare Religion. Wandel des christlichen Bilderrepertoires in der visuellen Kultur

ISBN (Buch) 978-3-86962-318-4
ISBN (ePDF) 978-3-86962-319-1

UWE KRÜGER

Meinungsmacht.

Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse

Reihe des EIJK, 9

2., korr. und erweiterte Auflage

ISBN (Buch) 978-3-86962-459-4
ISBN (ePDF) 978-3-86962-460-0

FRIEDRICH KROTZ

Neue Theorien entwickeln.

Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung

2., korr. und erweiterte Auflage

ISBN (Buch) 978-3-86962-452-5
ISBN (ePDF) 978-3-86962-453-2

DIRK HOMMRICH

Theatrum cerebri. Studien zur visuellen Kultur der populären Hirnforschung

Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 8

ISBN (Buch) 978-3-86962-434-1
ISBN (ePDF) 978-3-86962-435-8

HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22
51063 Köln
+49-221-92 58 29 0
info@halem-verlag.de
http://www.halem-verlag.de

Online-Journale und -Lexika

http://journalistik.journal
http://www.journalistikon.de
http://blexkom.halem-verlag.de
http://www.rkm-journal.de

Unsere Neuerscheinungen finden Sie auch als E-Books auf http://www.halem-verlag.de. Bestellungen ab EUR 20,00 versandkostenfrei innerhalb Deutschlands.

Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter: info@halem-verlag.de