



Tanja Köhler (Hrsg.):
Fake News, Framing, Fact-Checking.
Nachrichten im digitalen Zeitalter.
Ein Handbuch. Bielefeld 2020:
 transcript. 568 Seiten, 39,00 Euro

Nachrichten im digitalen Zeitalter

Durch die netzbasierte Dynamik der letzten Jahre changiert Nachrichtenjournalismus permanent zwischen Selbstvergewisserung, Krisenmodus und Innovation. Hinzu kommt ein vergiftetes Kommunikationsklima, die populistischen Schmähbegriffe „Fake News“, „Staatsfunk“ oder „Lügenpresse“ symbolisieren diese Prozesse. Zu schaffen macht neben den zahllosen digitalen Kommunikationskanälen aber auch das fragmentierte Publikum. Der vorliegende Sammelband setzt diesen Krisenanalysen viele praxisorientierte Überlegungen entgegen und betrachtet den Transformationsprozess interdisziplinär aus verschiedenen Perspektiven. Zudem nimmt er Entwicklungen und Projekte in den Blick, die richtungsweisend für die Zukunft von Nachrichtenorganisationen und -redaktionen sein können. Die Kommunikationswissenschaftlerin und Herausgeberin des Buches weiß, wovon sie spricht. Tanja Köhler arbeitet als Redaktionsleiterin „Nachrichten Digital“ beim Deutschlandfunk und hat hautnah mit den innovativen Entwicklungen zu tun. Nachrichtenorganisationen und -redaktionen befinden sich in einem umfassenden Transformationsprozess, so Köhler. „Sie reorganisieren Redaktionsstrukturen und -prozesse, entwickeln neue Ansprache- und Anwendungsformen, verändern Workflows und Arbeitsroutinen, experimentieren mit neuen Verbreitungsformen und Angebotsstrukturen und setzen zunehmend auf künstliche Intelligenz, Daten und Algorithmen in allen Bereichen der Nachrichtenproduktion“ (S. 15). Das weit über 500-seitige Handbuch ist in sieben Großkapitel unterteilt, die alle wesentlichen Aspekte des Universums Nachrichtenjournalismus beinhalten: „Nachrichtenjournalismus und digitaler Wandel“, „Fake News und Verifikation“, „Daten und Algorithmen“, „Nachrichten und Sprache“, „Formate und Projekte“, „Medien und Publikum“ und „Redaktion und Management“. Sehr anregend ist der deutliche Praxisbezug vieler Beiträge, was auch auf die Qualität der Autorenliste zurückzuführen ist: Praktikerinnen und Praktiker, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, viele Verantwortliche aus Nachrichtenredaktionen und -institutionen. So findet sich hier eine imposante Sammlung von Beiträgen und

Analysen, wovon viele schon als Einzeltexte lesenswert sind, die im Gesamtarrangement ein sehr differenziertes Bild der aktuellen Situation zeichnen. Guter, professioneller Journalismus müsse immer dem Gemeinwohl dienen (S. 37), so Lorenz-Meyer, der angesichts der Effekte des Internets für eine Überprüfung der Relevanzkriterien im Nachrichtenjournalismus plädiert. Ein zentrales Thema des Bandes ist die Erosion des Vertrauens in Medien, die irgendwie in fast allen Beiträgen auftaucht. In der Praxis geht es dabei um „Fact-Checking und Verifikation“ (Stern) oder „Wissenschaft in den Nachrichten“ (Leßmöllmann). Von Klagen über die Dynamik der Digitalisierung ist in diesem Band erfreulich wenig zu hören, bietet sie doch auch viel Potenzial, effektiver zu arbeiten. Was Automatisierung (KI) für journalistisches Arbeiten bedeutet, wird ebenso behandelt wie detaillierte technologische Professionalisierungsprozesse im Datenjournalismus (Skinner). Bornwasser wirft die interessante Frage auf, ob SEO im Newsroom einen „Angriff auf redaktionelle Unabhängigkeit oder Sparringspartner im Nachrichtenalltag“ darstellt, und wenn es um Sprache geht, ist man schnell beim Thema „Framing“ (Brosius/Dan) oder bei gendergerechter Sprache (Reimann). Hinsichtlich der Frage, wie der Transformationsprozess konkret aussieht, hat der Band viel zu bieten: Innovationsmanagement bei der „taz“ (Gottschalk), Veränderungen beim „Nachrichtentanker“ *Tagesschau* (Bornheim), das BR-Instagram-Nachrichtenformat *News-WG* (Pötzsch), „Demokratieexperimente“ bei „Zeit Online“ (Faigle) bis hin zu *funk*, dem Content-Netzwerk von ARD und ZDF (Granow). Schließlich wird auch das Verhältnis von „Medien und Publikum“ in den Blick genommen, wobei sich vieles um Audience- und Medienmanagement dreht. Schlüsselbegriffe sind hier z. B. „Customer Obsession“ (Koch), „User first“ (Ellers) oder „Transparenzstrategien“ (Badura/Uth/Engelke). Exemplarisch wird auch die Journalismusausbildung an der Uni Leipzig vorgestellt. Der Aspekt „Redaktion und Management“ bildet den Abschluss des Bandes. Hier geht es beispielsweise um effektives und gutes „Leadership“ (Borchardt), „Medienkonvergenz im Newsroom“ (Kretschmar) oder Strategien im Umgang mit Nutzerkommentaren, um dem Hass im Netz zu begegnen (Kramp/Weichert).

Die Stärke des Buches liegt in der Fokussierung auf die praktischen Zusammenhänge. Zu fragen, welche Modelle konkret schon funktionieren, an welchen Konzepten noch gearbeitet werden sollte, ist sehr angebracht und sinnvoll. Der Sammelband hält gut die Balance zwischen einem Überblick zum aktuellen Stand der Dinge im Nachrichtenjournalismus und Überlegungen zu dessen Zukunft, die Köhler auch noch einmal in zehn Thesen skizziert. Das Buch sei nicht nur einem interessierten Fachpublikum empfohlen, sondern eignet sich sehr gut als Lektüre für Studierende medienbezogener und insbesondere journalistischer Studiengänge.

Dr. Uwe Breitenborn