Beyond Journalism

Transparenz, die neue Objektivität?

Céline Flammang

La trahison des images – Magrittes wohl bekannteste Bild mit dem Schriftzug *Ceci n'est pas une pipe* würde heute vielleicht „Fake news" heißen.

89 Jahre nach der Erschaffung dieses Werkes steht die Problematik schwammiger Grenzen zwischen Objekt und Begriff erneut im Mittelpunkt: die Vermischung von Realität und Abbild, Inhalt und Medium, ist einer der Hauptgründe für den aktuellen Vertrauensverlust in die Medien.

Nicht hilfreich ist hierbei die Passe-partout-Bezeichnung der so genannten „Fake News", die zusätzlich zur Verwirrung beiträgt.

Zwischen Desinformation und Fehlinformation

Denn: was nicht ist, ist keine Nachricht, lautet seit jeher eine Journalistenregel. „Fake News" existieren daher nur als Oxymoron. Gemeint sind meist Phänomene der Desinformation, Manipulation und Propaganda mit einem politischen Hintergrund. Native-advertising-Inhalte, diesem gesponserten Inhalt, der doch auch zum Glaubwürdigkeitsverlust in die Medien beitragen hat, oder die unvermeidbar auftauchenden Zeitungsenten, fallen nicht hierunter.

Die Vermischung von Realität und Abbild, Inhalt und Medium, ist einer der Hauptgründe für den aktuellen Vertrauensverlust in die Medien.

„Fake News" ist ein politischer Kampfbegriff, den besonders Trump in seinem Feldzug gegen die Wahrheit und kritischen Journalismus anführt. Journalismus diskreditieren bedeutet immer auch die offene demokratische Gesellschaft diskreditieren. Es mutet deshalb etwas masochistisch an, wenn jetzt die Medien gerade diesen Begriff als Marketingargument benutzen, um Leser*innen anzuwerben, die in ihrer Mehrzahl kaum jemals einer „wahren Fake News" begegnet sein dürften.

Nichtdestotrotz ist der Hype um den Begriff ein willkommener Anlass für Qualitätsoffensiven der Medien. Laut dem Motto „Tue Gutes und rede darüber" kann ein verstärktes Kommunizieren über die allgemeinen Grundsätze guten journalistischen Hand- und Kopfwerkens nur gewinnbringend sein.

The Trust Project – News with Integrity

Dieser Fokus auf mehr Transparenz über journalistische Standards und Praxis ist die Basis des neu gegründeten „Trust Projects". Welche Journalist*innen und Medien stehen hinter einer Geschichte? Nach welchen journalistischen und ethischen Prinzipien ist eine Geschichte entstanden? All dies soll in Artikeln der Medien, die dem Trust Project beitreten, offenkundig sein.

Über 75 Medienorganisationen haben gemeinsam mit Vertreter*innen der Suchmaschinen und sozialen Netzwerken Indikatoren ausgearbeitet, die für

Qualitätsjournalismus stehen. Sie gliedern sich in folgende acht Hauptbereiche ein, in denen absolute Transparenz gefordert wird:

- Ethischen Richtlinien und Eigentümer*innenstruktur der Medienorganisation
- Informationen zu den jeweiligen Journalist*innen
- Journalistische Darstellungsform (Meinung, Analyse, gesponserter Inhalt,...) des Artikels
- Zugang zu Originalzitaten und Referenzen
- Journalistische Methodologie
- Lokaler Bezug
- Diversitätsrichtlinien
- Möglichkeit zum Feedback für Leser*innen

Diese Metainformationen werden nicht nur dem Leser der Webseite, sondern auch den Suchmaschinen und sozialen Netzwerken in maschinenlesbarer Form zur Verfügung gestellt. So soll für mehr Sichtbarkeit von Qualitätsinhalten mit diesem Label in den Trefferlisten und Timelines von Facebook, Google und Co. gesorgt werden, ohne dass diese hier im Alleingang ihre Sicht von Qualitätscontent definieren.

Aktuell werden die Kriterien von der *dpa*, *The Economist*, *The Globe and Mail*, *Independent Journal Review*, *Institute for Nonprofit News*, *Mic*, *La Repubblica*, *La Stampa*, *Trinity mirror plc*, und der *Washington Post* sowie Bing, Facebook, Google und Twitter getestet. Ziel ist, das Label nach der Testphase großen und kleinen Redaktionen weltweit, die sich der Einhaltung dieser Kriterien verpflichten, zur Verfügung zu stellen und somit vertrauenswürdigen Qualitätsjournalismus online besser zu kennzeichnen. Aktuell wird deshalb in Zusammenarbeit mit dem Institute for Nonprofit News ein Wordpress-Plugin entwickelt, um auch kleineren Redaktionen bald ein einfaches und kostengünstiges Einbinden der Indikatoren in ihre jeweiligen Webseiten zu ermöglichen.

Das Projekt wurde im Novembre 2017 von der Journalistin Sally Lehrmann vom Markkula Center for Applied Ethics der Santa Clara University in Kalifornien gestartet und wird finanziell gefördert durch verschiedene Stiftungen sowie durch Google.

Poynter International Fact Checking Network: Promoting excellence in fact-checking

Nicht nur Medienorganisationen verbinden sich zur Zeit auf selbstregulierenden Netzwerken und Plattformen, sondern auch Faktenchecker-Teams sind dabei, ihre Zusammenarbeit zu verstärken und zu formalisieren.

42 Organisationen, darunter Correctiv, Le Monde Décodeurs und Libération Désintox, haben sich mittlerweile in dem 2015 vom Poynter-Institut in Florida gegründeten International Fact Checking Network (IFCN) zusammengeschlossen.

Aufgenommen wird, wer Unparteilichkeit und Fairness beim Faktencheck, Transparenz in Bezug auf Geldgeber, Quellenangaben, Methodologie der Auswahl und Untersuchung der Nachrichten sowie offene und ehrliche Korrekturrichtlinien belegen kann.

Wer vom IFCN zertifiziert ist, kann zudem von Facebook als Faktenprüfer*in für die von Nutzern signalisierten Falschmeldungen anerkannt werden.

Das IFCN vergibt nicht nur das Label, sondern organisiert außerdem online Weiterbildungen sowie einen jährlichen Global Fact-Checking Summit.

Ähnlich wie beim Trust Projekt erfolgt die Finanzierung hier durch verschiedene US-amerikanische Stiftungen und Google.

News Integrity Initiative

Reicht es, wenn Nachrichten faktisch richtig und journalistisch gut sind, um Vertrauen wieder herzustellen? Nein, nicht wenn das gewisse Etwas an Respekt und Relevanz fehlt, meint die News Integrity Initiative.

Dieses Projekt ist mit einem Budget von 14 Millionen Dollar ausgestattet und wird u.a. von Facebook,

„Fake News" ist ein politischer Kampfbegriff, der besonders Trump in seinem Feldzug gegen die Wahrheit und kritischen Journalismus anführt.

Abbildungen:

The Trust Project (Video)
© Markkula Center for Applied Ethics at Santa Clara University via https://thetrustproject.org

Die Frage nach der Zukunft des Journalismus kann also lauten: Journalismus, im Glashaus.

Google, Mozilla und Twitter gefördert und getragen von der CUNY Graduate School of Journalism, in Kollaboration mit u.a. dem European Journalism Center, dem Hans-Bredow Institut oder der Science Po Ecole de journalisme. Es hat zum Ziel, Inklusion, Diversität und Ethik im journalistischen Alltag zu fördern und digitalen Journalismus und das Aufkommen von manipulativen Inhalten besser zu erforschen.

Dazu will es Journalist*innen, Medienwissenschaftler*innen, Informatiker*innen und gemeinnützige Organisationen miteinander in Verbindung bringen. So werden Mittel für Studien und Stipendien zur Verfügung gestellt, die zur ethnischen Diversität in den Redaktionen beitragen, zur Sichtbarkeit von marginalisierten Gruppen, zur Qualität von Lokaljournalismus und zum besseren Verständnis zwischen Menschen mit gegensätzlichen Standpunkten. Initiator der Initiative ist der Journalist und Netzpionier Jeff Jarvis.

How to... build your own ethics

Wer sich mit den oben angeführten oder ähnlichen Initiativen nicht anfreunden mag, dem bleibt immer noch die „Build Your Own Ethics Code"-Plattform. Dieses Projekt der „Ethics and Excellence in Journalism"-Stiftung, im September 2015 nach einer erfolgreichen Crowdfundingkampagne gestartet, bietet Journalist*innen, Blogger*innen und Medienstartups ein Instrument, das ihnen hilft, einen eigenen ethischen Kodex aufzustellen.

Gläserne Redaktionen

Die Forderung nach mehr Transparenz, die den oben dargelegten Initiativen zugrunde liegt, geht direkt mit dem Medienwandel einher.
„Just as objectivity mirrors the essential nature of print – one person publishes, the report is done and the rest of us read – transparency mirrors the nature of the Web: Content is linked, public, discussed and always subject to dispute and revision. (...) What we used to believe because we thought the author was objective we now believe because we can see through the author's writings to the sources and values that brought her to that position. It's going to take a long time to get this right. (...) But the possibilities for going right – and for going further with our inquiries – have never been better."[1] schrieb der Philosoph David Weinberger bereits 2009. Das Ziel ist nicht erreicht, doch das Ende der Objektivitätsillusion ist jetzt sichtbar geworden.

Vertrauen ist wie ein Stück Zeitungspapier – einmal zerknüllt wird es nie wieder ganz heil. Da kann es helfen, noch mal ganz von vorne anzufangen und die Ausgangsbasis der Beziehung zu den Lesern durch Ehrlichkeit zu festigen. Transparenz über die eigene Identität, Agenda, Ethik, über interne Arbeitsprozesse, über das was man weiß und nicht weiß, über Fehler, die passiert sind, und ihre Behebung.

Beim Lebensmitteleinkauf erwarten die meisten im Vorfeld Informationen über Zutaten und ihre Herkunft. So kann man auch bei der Selektion dessen, was unser Gehirn speist und unser Verhalten beeinflusst, vorgehen. Die Frage nach der Zukunft des Journalismus kann also lauten: Journalismus, im Glashaus. ◆

1 www.kmworld.com/Articles/Column/David-Weinberger/Transparency-the-new-objectivity-55785.aspx

Weitere Projekte unter

https://thetrustproject.org/
https:// www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles
https://www.journalism.cuny.edu/centers/news-integrity-initiative/
https://ethics.journalists.org/

Public Forum

Space resources – the next big thing?

eine Veranstaltung der Zeitschrift *forum*
am 5. Februar, 18.30 – 21 Uhr in den Rotonden (Luxemburg-Bonnevoie)

Auf der Grundlage unseres Dezemberdossiers zu den Plänen der luxemburgischen Regierung, das Land zu einer Plattform für die kommerzielle Ausbeutung des Weltraums zu machen, diskutieren wir unter anderem mit

- Laurenzo Gradoni, Professor für internationales Recht am Max Planck Institut in Luxemburg, sowie Marco Benatar, Spezialist für Meeresrecht,
- Mario Grotz, Erster Regierungsrat im Wirtschaftsministerium, sowie Paul Zenners, Kommunikationsverantwortlicher des Ministeriums
- Raymond Klein, politischer Journalist bei der Wochenzeitung Woxx,
- Jean Lamesch, Mitglied des Nationalen Nachhaltigkeitsrates,
- ein Vertreter der SES (angefragt).

Die Veranstaltungsreihe Public Forum bietet keine Podiumsgespräche zwischen Experten, sondern die Möglichkeit, gemeinsam ein Thema in der Diskussion zu vertiefen. Sie können zuhören, mitreden, aufstehen und sich an der Bar ein Getränk holen... Anmeldung nicht erforderlich, aber hilfreich (forum@pt.lu, Facebook...).