

Philipp Huber

Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter.
Verifizierungsmethoden von
Nachrichtenmaterial aus Sozialen
Netzwerken am Beispiel Twitter und
YouTube

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783346165190

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/588034>

Philipp Huber

Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter. Verifizierungsmethoden von Nachrichtenmaterial aus Sozialen Netzwerken am Beispiel Twitter und YouTube

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

SAE Institute Köln

Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter. Untersuchung von
Verifizierungsmethoden von Nachrichtenmaterial aus Sozialen Netzwerken am
Beispiel Twitter und YouTube.

100% Theorie

Bachelor-Thesis
am SAE Institut Köln

Studiengang: Cross-Media Communication & Communication

vorgelegt von

Philipp Huber

Dezember 2016

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
1.1 Erläuterung des Themas	5
1.2 Darstellung der These und Zieldefinition	6
1.3 Industrierelevanz	7
2. Grundlagen	8
2.1 Soziale Netzwerke	8
2.1.1 Twitter	8
2.1.2 YouTube.....	9
2.2 Methoden der Verifizierung.....	10
2.2.1 Verifizierung von Fotos	11
2.2.2 Verifizierung von Videos	12
2.2.3 Verifizierung von Websites.....	12
2.2.4 Verifizierung von Social-Media-Profilen	13
2.2.5 Verifizierungsagenturen	14
2.3 Probleme und Risiken bei der Verifizierung.....	16
3. Methodik	18
3.1 Auswahl der angewandten Methodik.....	19
3.2 Aspekte und Ansätze der qualitativen Forschung	20
3.3 Leitfadeninterviews als Experteninterviews	22
3.3.1 Auswahl der Interviewpartner.....	25
3.3.2 Erstellung des Interviewleitfadens.....	26
3.3.3 Experteninterviews führen.....	29
3.3.4 Transkription von Gesprächen	30
3.3.5 Auswertung durch qualitative Inhaltsanalyse	31
4. Durchführung der Experteninterviews	35
4.1 Vorüberlegungen	35
4.2 Literaturrecherche.....	36
4.3 Aufbau des Fragebogens	36
4.4 Vorstellung der Experten	43
4.5 Beschreibung der Experteninterviews	44
4.6 Transkription	45

4.7 Auswertung	46
5. Ergebnisse	47
5.1 Erfahrungen mit dem Thema Nachrichtenverifizierung	47
5.2 Verifikation von Fotos	48
5.3 Beispiele für die Verifikation von Fotos.....	50
5.4 Verifikation von Videos	51
5.5 Verifikation von Social-Media-Profilen	52
5.6 Umgang mit Inhalten aus Sozialen Netzwerken	53
5.7 Verifikation von Websites	55
5.8 Regelungen innerhalb der Rundfunkanstalten zur Verifikation.....	56
5.9 Kosten von Verifizierung	57
5.10 Zeitdruck bei der Verifikation	58
5.11 Schutz von Informanten	59
5.12 Ernsthaftigkeit von Verifikation	60
5.13 Umgang mit Fehlern	61
5.14 Ergänzungen der Experten	62
6. Zusammenfassung.....	64
6.1 Zusammenfassung in Bezug auf These und Ziel der Arbeit.....	64
6.2 Ausblick	66
7. Literaturverzeichnis	68
Anhang	71
I. Interviewleitfaden.....	71
II. Transkript - Konrad Weber	76
III. Transkript - Ulrich Lang	89
IV. Transkript - Michael Wegener	99

1. Einleitung

1.1 Erläuterung des Themas

„YouTube, Twitter und Blogs liefern Nachrichten sehr viel aktueller als alle anderen Medien. Bevor das Drehteam eines TV-Senders vor Ort eintrifft, ist bereits ein mit dem Smartphone gedrehter Augenzeugenbericht bei YouTube erschienen.“ (Sievers 2013: 1).

Die Dichte an sogenannten “Breaking-News-Ereignissen“ hat sich in den letzten Jahren explosionsartig vermehrt. Nachrichtensender, Zeitungen und auch Online-Publikationen wollen von Beginn an über ein Ereignis vollumfassend berichten können. Dabei stoßen sie auf ein Problem: Inhalte aus klassischen Quellen, wie Nachrichtenagenturen, schaffen es nicht, schnell genug an Informationen, aber auch an Bild- und Filmmaterial heranzukommen. Dennoch sind Bilder zu sehen. Diese stammen oft von Nutzern aus Sozialen Netzwerken, also keinen Journalisten im klassischen Sinn, die aber meist schneller am Ort des Geschehens sind, als es ein klassisches Team der aktuellen elektronischen Berichterstattung (EB-Team) überhaupt schaffen würde. Das liegt daran, dass die meisten Menschen mit einem Smartphone unterwegs sind. Diese sind mit einer Kamera und einem Mikrofon ausgestattet. Die aufgenommenen Inhalte können leicht ins Internet transferiert werden. So steht dann bei einem Video “Amateuraufnahme“, bei einem anderen “Quelle: YouTube“. Damit wird dem Medienkonsumenten klargemacht, dass es sich um Inhalte handelt, die die Nachrichtenredaktion nicht selbst erstellt hat. Doch wie kann man als Nutzer sichergehen, dass die Aufnahmen der Realität entsprechen? Bildmanipulations-programme wie Photoshop sind den Mediennutzern kein Fremdwort mehr. Und vor allem: Wie lässt sich eine solche Bearbeitung oder gar eine Fälschung nachweisen? In sozialen Netzwerken kursieren täglich Bilder, deren Echtheit angezweifelt wird. Über Kriegsbilder wird besonders heftig debattiert. Je mehr Daten im Internet frei zugänglich sind, desto wichtiger wird deren journalistische Aufbereitung im Nachgang.

Über Social Media kommen täglich viele Meldungen in unser Wahrnehmungsfeld, viele sind aufwühlend und wollen förmlich weiterverbreitet werden. Doch manchmal ist es sinnvoll, ein zweites Mal hinzuschauen, ob die Schlagzeile auf dem Bildschirm wirklich glaubwürdig ist. Die Fähigkeit, Grundlagen der Verifikation zu beherrschen, wird daher immer wichtiger. Herkunft, Verwendung und Bearbeitung eines Bildes lassen sich theoretisch zurückverfolgen. Mit einem einzigen Hilfsprogramm eine Verifizierung durchzuführen, scheint derzeit noch schwierig. Die Verwendung mehrerer Tools kann aber hilfreich sein.

Der Inhalt dieser Forschungsarbeit ist für die gesamte Nachrichtenindustrie interessant. Journalisten vertrauen tagtäglich auf Tools, um ihre Quellen während einer Recherchearbeit auf den Wahrheitsgehalt zu überprüfen (vgl. Lenartz, Tobias 2014: 1). Ich als derzeitiger Student in einem "Cross-Media Journalismus" Kurs möchte in Zukunft einmal selber als Journalist arbeiten. Deshalb ist es unter anderem auch für mich persönlich wichtig, dass ich gewiss sein kann, dass ich meine Arbeit sauber und sorgfältig mithilfe der Programme erledige. Dazu gehört auch eine ausreichende und fundierte Recherche der Quellen. Diese kann nur gewährleistet sein, wenn die Methoden, also die Programme, die ich verwende, auch die nötigen Sicherheiten für die Verifizierung liefern.

1.2 Darstellung der These und Zieldefinition

Das Ziel dieser Forschungsarbeit ist es, herauszufinden, ob die derzeit verfügbaren Methoden und Programme zur Prüfung des Wahrheitsgehalts von Nachrichtematerial aus sozialen Netzwerken für die Arbeit in Nachrichten-redaktionen, vor allem in "Breaking-News Situationen", ausreichen.

Deshalb gilt es, die Funktionen der Programme kritisch zu durchleuchten, um zum einen die derzeitigen Möglichkeiten zur Verifizierung zu überprüfen und zum anderen, um mögliche Fehlerquellen bei den Tools und Arbeitsmethoden aufzudecken.

Die These für die Arbeit lautet:

Die aktuellen technischen Methoden und Programme reichen für die Verifizierung des Nachrichtenmaterials aus Sozialen Netzwerken aus.

Diese Fragestellungen werden mit der Methode von Experteninterviews und der auf einer qualitativen Inhaltsanalyse gestützten Auswertung beantwortet. Dafür wurden zunächst drei leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt. Die Interviewpartner waren: Konrad Weber, der zurzeit als Multimedia-Journalist beim Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) arbeitet und dort das News Lab leitet; Ulrich Lang vom Südwestrundfunk (SWR) und Trainer für den Umgang mit Nachrichtenmaterial aus Sozialen Netzwerken; und schließlich Michael Wegener, Leiter der ARD-Einrichtung Content Center.

Aus diesen Ergebnissen ließ sich ein Fazit für die Überprüfung von Nachrichtenmaterial aus Sozialen Netzwerken ziehen.

1.3 Industrierelevanz

Im Prinzip könnte man sagen, dass die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit jeden Menschen interessieren können, der Nachrichten konsumiert. Die Rezipienten von Nachrichtenangeboten vertrauen darauf, dass die Informationen der Wahrheit entsprechen und dass die Journalisten die ihnen zur Verfügung stehenden Quellen sorgfältig überprüfen. Dafür benötigen sie neben ausreichender Zeit auch geeignete Methoden und Programme zur Verifizierung der Nachrichteninhalte aus Sozialen Netzwerken. Schlecht recherchierte Quellen nehmen nicht nur den Journalisten selbst in die Kritik, sondern schädigen unter anderem die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenmarke. Obwohl es sich oftmals um freie Mitarbeiter handelt, werden dann die Rundfunkanstalten oder andere Anbieter für die mangelnde Recherche kritisiert oder vom Deutschen Presserat abgemahnt.

Für die Anbieter der einschlägigen Apps und Programme ist diese Forschungsarbeit ebenfalls relevant, da sie dadurch feststellen können, ob ihre Tools funktionieren, an welchen Stellen noch Verbesserungsbedarf besteht und in welche Richtungen die Programme entwickelt werden sollen.

2. Grundlagen

2.1 Soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke sind im Zuge des Web 2.0 entstandene virtuelle Gemeinschaften von Nutzern (Usern), über die sozialen Beziehungen oder Kommunikationen über das Internet getätigt werden können. Diese Netzwerke können themenorientiert sein oder nur der Kommunikation dienen (vgl. Lackes, Prof. Dr. Richard o.J.: 1).

2.1.1 Twitter

Twitter ist ein Micro-Blogging-Dienst mit weltweit 320 Millionen Nutzern, davon 12 Millionen Deutschen (Stand: Ende März 2016). Twitter wird von verschiedenen Usern genutzt, 46% sind regelmäßig in dem Netzwerk aktiv (vgl. Castillo, Carlos; Mendoza, Marcelo; Poblete, Barbara 2011: 675). „Microblogging stellt eine sehr spezielle Form des Bloggens im Web dar. Der Unterschied zwischen einem normalen Blogging-Dienst und dem Microblogging besteht darin, dass es bei Microblogging nicht darum geht, thematisch in die Tiefe zu gehen, sondern innerhalb kurzer Zeit und ohne großen Aufwand Nachrichten aller Art generieren zu können. [...]“ (Gründerszene o.J.: 1). Die Nutzer können 140 Zeichen lange Nachrichten (Tweets) veröffentlichen. „Zudem kann man sich auf Twitter auch mit anderen Nutzern vernetzen. Dies geschieht, indem man sich als Follower, sozusagen als Abonnent eines Microblogs, einträgt.“ (Mainka, Agnes 2010: 1).

Twitter ermöglicht eine Übertragung von Nachrichten in Echtzeit an eine hohe Nutzerzahl. Somit ist das Soziale Netzwerk der ideale Platz, um neueste Nachrichten direkt vom Punkt des Geschehens zu veröffentlichen, meist unmittelbar direkt nach dem oder bereits während eines Ereignisses. Diese Informationen werden entweder von den Usern selbst generiert, also durch Beobachtung und Veröffentlichung, oder durch Weiterverbreitung von externem Wissen. Die meisten Nachrichten sind eher belanglos.