

INFORMATIONEN OHNE GATEKEEPING NACHRICHTEN IM ZEITALTER VON SOCIAL MEDIA

HANNAH LÜDENBACH
KREISGYMNASIUM BAD KROZINGEN
KURSSTUFE 1
FACHLEHRERIN: THERESA BILHARZ
25. JANUAR 2025



Inhalt

Worum geht es?	3
Gatekeeping wörtlich genommen	3
Gatekeeping als Metapher für Massenmedien	3
Kritik der Massenmedien	4
Das Versprechen des Internets	5
Die Realität des Internets	5
Kein Zurück in die Vergangenheit.....	7
Regulierung des Internets.....	8
Stärkung der Vielfalt.....	8
Verbesserung der Medienkompetenz	9
Kein Königsweg	9
Zwischen Pessimismus und Optimismus	10
ENDNOTEN.....	11

INFORMATIONEN OHNE GATEKEEPING

NACHRICHTEN IM ZEITALTER VON SOCIAL MEDIA

Worum geht es?

Ob bei der Erfindung und Verbreitung des Buchdrucks, bei der Etablierung von auflagenstarken Tageszeitungen, bei der Einführung von Film, Rundfunk und Fernsehen, immer wenn sich Techniken der Informationsvermittlung verändern, stellen sich Fragen. Was ist eigentlich neu an dem Neuen? Ist das Neue besser oder schlechter? Welche Wirkung hat es auf Politik und Gesellschaft, also unser Zusammenleben? Schnell werden plakative Antworten auf solche Fragen gegeben, ohne das Phänomen selbst schon verstanden zu haben. Ein fundierteres Urteil setzt aber eine Analyse voraus, worin genau sich „altes“ und „neues“ Medium unterscheiden.

Im Falle des Internets und speziell der Social Media wird ein wesentlicher Unterschied zu den traditionellen Medien im Wegfall von Informationsvermittlern gesehen. Nicht mehr Journalisten, Verlage, Rundfunkanstalten bestimmen als Türhüter (Gatekeeper), welche Informationen uns überhaupt erreichen. Jeder kann Informationen in die Welt setzen. Doch wie genau ist es um diesen tatsächlichen oder vermeintlichen Wegfall des Gatekeepings bestellt und welche Chancen und aber auch Gefahren ergeben sich daraus?

Gatekeeping wörtlich genommen

Der Begriff des Gatekeepers, deutsch des Türhüters (nach dem Wörterbuch aber auch des Schleusenwärters), ist eine Metapher, die einen Vergleich mit dem Amt des Torwächters vornimmt. In der mittelalterlichen Stadt entschied dieser, wer durch das Tor in die Stadt hineingelassen wurde und wer nicht. In unserer Zeit ist der Türhüter in anderen Kontexten tätig, so etwa am Eingang eines angesagten Techno-Clubs. Der Türhüter bestimmt, wer in den Szene-Club hinein darf und wer draußen bleiben muss. Es liegt in der Natur des Türhütens, dass dabei Bewertungen vorgenommen werden. Der Türhüter entscheidet, wer es im Hinblick auf sein Outfit, sein Auftreten - manchmal auch seine Hautfarbe - wert ist, hereingelassen zu werden - und wer nicht. Der Türsteher unterscheidet also, oder – um ein stärker konnotiertes Fremdwort dafür zu benutzen - er diskriminiert.

Gatekeeping als Metapher für Massenmedien

Mit der Etablierung der Massenmedien hat die Wissenschaft in den 50er Jahren des vorigen Jahrhunderts das Gatekeeping als Metapher für die Informationsbereitstellung geprägt. Der amerikanische Journalist und Medienkritiker Walter Lippmann verwandte diesen Ausdruck als einer der ersten für Journalisten und Medienhäuser. Er hielt fest: „Jede Zeitung ist, wenn sie den Leser erreicht, das Ergebnis einer ganzen Serie von

Selektionen...“.¹ Der Gatekeeper sitzt an den Türen des Wissens und entscheidet, was wertvoll ist und was nicht.

Ungefähr zeitgleich nutzte David Manning White den Begriff in einer ersten wissenschaftlichen Studie zur Filterung von Nachrichten. Er charakterisierte Gatekeeper als Personen, die innerhalb eines Massenmediums Positionen innehaben, in denen sie über die Aufnahme bzw. Ablehnung einer potentiellen Kommunikationseinheit entscheiden können. Er stellte fest, dass Vorlieben und Abneigungen, Interessen und Einstellungen des Journalisten sich – bewusst oder unbewusst – in der Nachrichtenauswahl niederschlagen.² Pointiert gesprochen: In der Zeitung erfährt man nicht, was man selbst für wichtig hält, sondern was die Journalisten für nachrichtenswürdig erachten. Sie entscheiden, was es wert ist, in die Zeitung aufgenommen und dem Leser präsentiert zu werden und was nicht. Der Zeitungsleser mag der Illusion erliegen, unmittelbar von den Dingen zu erfahren, die sich in der Realität ereignet haben. Tatsächlich erhält er nur ein Abbild der Realität, genauer nur das Abbild eines kleinen Realitätsausschnittes.

Der Ansatz von David Manning White war insofern individualistisch als er sich auf den Journalisten fokussierte und dessen Einbindung in ökonomische und soziale Kontexte ausblendete. Spätere Studien ergänzten diese Elemente. Der Journalist handelt nicht im luftleeren Raum, er muss „Auflage machen“, also ökonomisch handeln, seinen Chef und den Eigentümer seines Mediums nicht verärgern und die Zusammenarbeit mit Kollegen pflegen, also soziale Bedingungen beachten.³

Kritik der Massenmedien

Von der neutralen Beschreibung des Gatekeepings ist der Weg nicht weit zur Medienkritik. In der Auswahl der Nachrichten, in der Entscheidung, was nachrichtenswürdig ist und was nicht, also in der Diskriminierung weniger würdiger Nachrichten, liegt die Macht der Massenmedien. Sie beeinflussen, welche Themen die Öffentlichkeit erfährt und damit diskutieren kann. Damit setzen die Medien auch die Tagesordnung für die öffentlichen und politischen Diskussionen.

Gegen diese Macht haben sich schon früh Proteste geregt. In Deutschland richteten sie sich im Zuge der Studentenbewegung gegen Springer, den Eigentümer der BILD-Zeitung. „Enteignet Springer“ war 1968 die Parole von linksradikalen Studenten.⁴ Kapitalisten sollten keine Verlage mehr betreiben, in denen sie Nachrichtenpolitik gegen die Interessen des arbeitenden Volkes machen. Heute kommt der Unmut eher aus der entgegengesetzten politischen Richtung. Angesichts eines angeblich zu linken öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ARD, ZDF, DLF) fordert das Grundsatzprogramm der AfD, den Rundfunkbeitrag abzuschaffen,⁵ also dem öffentlichen Medium die finanzielle Basis zu entziehen, es sozusagen auszutrocknen.

Unabhängig von den Besitzverhältnissen ist aber nach den Folgen des Gatekeeping für die Wirklichkeitswahrnehmung zu fragen: Um ein triviales, aber klassisches Beispiel zum Nachrichtenwert heranzuziehen: Wenn immer nur „Mann beißt Hund“ schlagzeilenwürdig

ist und nie „Hund beißt Mann“, wenn also immer das Ungewöhnliche oder Katastrophale die Nachrichten bestimmt, mag mancher Medienkonsument das Gespür dafür verlieren, dass die meisten Dinge in Alltag und Gesellschaft gar nicht so schlecht, gar nicht so katastrophal, sondern weitgehend ordentlich verlaufen.⁶

Das Versprechen des Internets

Wenn mit den traditionellen Massenmedien zumindest die Gefahr von Verzerrung der Wirklichkeitsdarstellung, sei es durch bewussten oder unbewussten Missbrauch der Macht der Gatekeeper einhergeht, dann klingt das Internet zunächst wie ein grandioser Gegenentwurf. Jeder kann z.B. auf Sozialen Medien selbst Beiträge, also „Nachrichten“ produzieren. Der Einzelne ist nicht mehr nur Nachrichtenrezipient, sondern auch Nachrichtenproduzent. Die Grenzen zwischen beiden Rollen werden durchlässiger. Wer sich nach seinen Vorlieben „News-Lists“ zusammenstellt, also festlegt, worüber und aus welchen Quellen er täglich informiert werden will, erstellt sozusagen als Zeitungsherausgeber seine eigene Tageszeitung. Netzaktivisten vom Demokratiezentrum Wien halten deshalb fest: „Das Web 2.0 gibt den Nutzer*innen die Freiheit zurück, sich von den Themenvorgaben der Massenmedien zu lösen und wieder eigenständig über die Themen ihrer Kommunikation zu entscheiden.“⁷

Die zentralen Versprechen des Internets bzw. seinen Befürworter sind deshalb

- Demokratisierung – keine Konzentration der Nachrichtenmacht bei kapitalistischen Unternehmen oder öffentlichen Rundfunkanstalten;
- Partizipation - jeder kann Nachrichtenproduzent sein, Gatekeeper braucht es nicht mehr;
- Informationelle Selbstbestimmung – jeder kann unabhängig von Nachrichtenunternehmen und Gatekeepern seinen eignen Informationsmix zusammenstellen.⁸

Die Linken könnten also zufrieden sein, weil die kapitalistischen Pressekonzerne an Macht verlieren, die Rechten, weil man nun endlich sagen darf - und kann - was die woken, vom „Volkswillen“ entfernten öffentlich Anstalten verschweigen.

Alles gut also? – Mitnichten!

Die Realität des Internets

Wie steht es um die Einlösung der zentralen Versprechungen des Internets in der Netzwirklichkeit? Mit der Entmachtung der kapitalistischen Konzerne hat es schon mal nicht funktioniert. Natürlich ist hier an Alphabet mit seiner weltweit führenden Suchmaschine Google zu denken, an Mark Zuckerberg bzw. den Meta-Konzern mit Facebook und WhatsApp, an Elon Musk mit der Plattform X oder Bytedance mit der App TikTok. Im Vergleich zu ihrer Reichweite, war der den Studenten der 68er Jahre noch so allmächtig

vorkommenden Springer-Konzern kein Hai im Teich der Öffentlichkeit, sondern ein sehr, sehr kleiner Fisch.

Nun ist Selbstlosigkeit nicht das Anliegen dieser Internetunternehmen. Mit Reichweite werden Werbeumsätze generiert. Ihrer Maximierung ist alles andere untergeordnet. Um aber Reichweite zu erzielen, müssen Interessen der Nutzer bedient werden. Maschinelle Algorithmen berechnen im Hintergrund, was für den jeweiligen Nutzer von Interesse sein könnte, und präsentieren ihm auf dieser Basis ein scheinbar maßgeschneidertes Nachrichtenangebot, vor allem aber ein Nachrichtenangebot, in dessen Umfeld Werbung platziert wird, die den Nutzer animieren könnte. Anders ausgedrückt: Nicht mehr der Journalist und der Verleger regulieren den Nachrichtenfluss und fungieren als Gatekeeper. Werbe- und umsatzoptimierte Algorithmen werden zum Ersatz für solche personellen und institutionellen Gatekeeper.

Auch Hassnachrichten und Beschimpfungen, also sogenanntes Hate-Speech, können in diesem Umfeld gedeihen, solange sie nur für Reichweite und Aufmerksamkeit sorgen. Denn ein Klick reicht, ein Like bestärkt und ein Schweigen erlaubt. Dabei muss es nicht mehr um die Aufmerksamkeit einer „Gesamtöffentlichkeit“ gehen. Dem Wesen des scheinindividualisierten Nachrichtenangebots entsprechen vielmehr Teilöffentlichkeiten.⁹ In der einen Teilöffentlichkeit weckt ein wieder einmal nicht verhindertes Schulmassaker den Ruf nach Waffenverboten, in der anderen dominiert gerade das Gegenteil: Wären nur die braven Schüler ausreichend bewaffnet gewesen, hätten sie den Amokläufer stoppen können. Wer sich in der einen Teilöffentlichkeit bewegt, bekommt von den Argumenten der anderen nichts mehr mit. Der Algorithmus produziert nur noch Nachrichten, die das eigene Vorurteil und das der Gesinnungsgenossen bestätigen. Es entstehen Kommunikationsblasen, Echokammern, in denen stets die gleiche Ansicht wiederholt und gegenteiliges nicht mehr oder nur noch als „Fake News“ vorkommt. Die Gesellschaft driftet auseinander. Die politische Mitte schrumpft auf Kosten der Ränder. Probleme wie Rechtsextremismus beginnen mit einem Kommentar, wachsen zu einer Bewegung, und enden in Gewalt. Wie viele Klicks braucht es, um eine Ideologie zur Bewegung zu machen? Wie viele Worte braucht es, um eine Gesellschaft zu spalten? Und wie viele Fehler müssen gemacht bzw. toleriert werden, bis jemand reagiert?

Tatsächlich sind die Fake News nicht nur eine politische, gegen Andersdenke gerichtete Kampfvokabel. Sie sind eine kaum vermeidliche Nebenerscheinung des Internets und der sozialen Medien. Die Freiheit, alles zu teilen, wird zur Gefahr, wenn niemand prüft, was wahr ist. Da jeder Nachrichten produzieren oder weiterleiten kann, schwillt der Nachrichtenstrom ständig an. Kein Gatekeeper ist mehr da, der aus der Fülle der Meinungen und angeblichen Nachrichten die durch Tatsachen und vernünftige Argumente begründeten herauszufiltern vermag. Jeder kann alles behaupten und veröffentlichen, keiner die Fülle der Behauptungen noch auf ihren Wahrheits- und Wirklichkeitsgehalt überprüfen. Hieß es früher noch „Was kümmert mich der Sack Reis, der in China umgefallen ist“, schaffte es dieser früher nicht durch die Filter der Gatekeeper, so kann heute das Bild von ein paar umgefallen Reissäcken veröffentlicht und mit den wildesten und gegensätzlichsten Behauptungen – sei es Lebensmittelverschwendung in China oder Unruhen in der

chinesischen Landwirtschaft – verknüpft werden und bei geschickter Verpackung viral gehen. Freiheit ohne Fakten, Vielfalt ohne Verantwortung – das ist das Risiko der ungefilterten digitalen Welt.

Aber auch ohne entsprechende Kontextualisierung ist der Reissack ein Problem. Wenn das Internet und die sozialen Medien mit Bildern von umgefallenen Riessäcken oder – realitätsnäher – mit Bildern von ach so niedlichen Katzen überschwemmt werden,¹⁰ schwillt – um die andere Übersetzung von Gatekeeper, nämlich den Schleusenwärter zu nutzen – der Informationsfluss ungeregelt und ungeschleust an. Er tritt sozusagen über die Ufer. Ergebnis ist eine Überschwemmung, der Information-Overload.

Der Anthropologe Gregory Bateson schuf eine heute ikonische Definition. Er hielt fest: "Information is a difference which makes a difference."¹¹ Auf die Nachrichtenwelt übertragen heißt dies: Nachrichtenwert hat (oder sollte haben) nur eine Mitteilung, die von Belang ist. Der Reissack oder das Katzenbild ist es unter normalen Umständen nicht. Beides hat keine Bedeutung für das gesellschaftliche Zusammenleben. Dominieren nun Katzenbilder und ähnliches den Nachrichtenstrom, weil kein Gatekeeper mehr diese Dinge als irrelevant herausfiltert, dann gehen die eine Differenz ausmachenden wirklichen Informationen in der Flut der Nichtinformationen unter. Und dieser Informationsüberfluss kennt keine Gnade, keine Grenze und keine Verantwortung.

Kein Zurück in die Vergangenheit

Da nun die Demokratie-, Partizipations- und Selbstbestimmungsversprechen des Internets augenscheinlich nicht – oder bisher nicht? – eingelöst wurden, könnte es naheliegend erscheinen, sich die gute alte Zeit der nicht digitalen Massenmedien zurückzuwünschen. Nostalgie ist jedoch selten ein guter Ratgeber für die Gestaltung der Zukunft, Vorsicht deshalb angezeigt. Hierzu ein eingängiges Beispiel: Während in unseren Augen das Kino erst durch den Tonfilm zur vollständigen Kunst aufstieg, sahen Zeitgenossen dies anders. Der Medienkritiker Rudolf Arnheim sah etwa den frühen Tonfilm als abgefilmtes Theater und im Verschwinden des Stummfilms das Ende des Films als visueller Kunst.¹² Auch im Übergang vom Hörfunk zum Fernsehen zeigt sich ähnliches. Woody Allen beschreibt in seinem Film *Radio Days*, spielend um 1940, den Hörfunkkonsum von Kindern noch als etwas, das die Eltern streng verurteilten. Lesen galt als die höherwertige Beschäftigung. Heute hingegen sind Eltern beinahe stolz, wenn ihre Kinder die Geduld aufbringen, sich auf Hörspiele statt auf Fernsehserien oder Internetschnipsel einzulassen.

Besonders bei den Jugendlichen repräsentieren die sozialen Medien einen enormen Anteil der politisch-bezogenen Nachrichten. Angesichts der diesjährigen USA-Wahlen lässt sich dies gut darstellen. Bei der Eingabe von „USA Wahlen“ in Suchmaschinen traf man immer zuerst auf die Prognosen bzw. während der ablaufenden Wahlen auf die Wahlergebnisse, welche meist als Zahlen oder Prozentsätze angegeben wurden. Hintergrundinformationen fehlten häufig. Diese reduzierte Darstellung der US-Amerikanischen politischen Situation ließ nicht wirklich eine differenzierte Meinungsbildung zu. Für weitere relevante „Informationen“ sorgten dann aber zum Teil gerade die kritisierten sozialen Medien. Hier konnten

weitgehend ungefiltert die Anliegen und Begründungen der verschiedenen amerikanischen Parteien gelesen werden. Dies erreichte daraufhin nicht nur amerikanische User, die sich somit selbst politisch positionieren konnten, sondern hatte eine weltweite Reichweite. Als in Deutschland lebende Jugendliche konnte man den Wahlablauf so besser nachvollziehen und verstehen.¹³

Ob das alte besser war, wird meist subjektiv und im Zeitablauf veränderlich beurteilt. Deshalb nochmal zu Erinnerung und zur Warnung vor einer Idealisierung: Das Gatekeeping der Zeitschriften und Rundfunkanstalten sorgte nicht nur für die wünschenswerte Trennung zwischen Wichtigem und Unwichtigem. Es führte auch zu Bevormundung der Medienkonsumenten, die in diese Auswahl nicht einbezogen waren, zur Konzentration von Macht bei Medienkonzernen und zu auf das Ungewöhnliche und Katastrophale fokussierten Wirklichkeitswahrnehmungen. Ein einfaches Zurück in die Vergangenheit ist schon deshalb keine sinnvolle Lösung, überdies auch keine realistische.

Was also tun?

Regulierung des Internets

Stärkere gesetzliche Eingriffe in das Internet wären ein Lösungsbeitrag. Natürlich kann der Gesetzgeber dabei nicht vorschreiben, ob Katzenbilder ins Netz gestellt werden. Er könnte aber strengere Regeln für die Verbreitung von Hassnachrichten oder gefährlichen Fake News erlassen und müsste dabei neben den Urhebern die Plattformen in Verantwortung nehmen. Diese könnten außerdem angehalten werden, als Nachrichten besonders markierte Teilkanäle von Katzenbildern, Hassbotschaften und ähnlichem frei zu halten und in den Nachrichtenkanälen erkennbar verdächtige Behauptungen als „ungeprüft, möglicherweise falsch“ zu markieren. Der Aufwand, den all dies mit sich bringen würde, wäre angesichts der Gewinne der Konzerne jedenfalls zu verschmerzen, möglicherweise aber auch gar nicht so hoch, wenn KI-Systeme als Faktenchecker eingesetzt würden.

Stärkung der Vielfalt

Eine stärkere Vielfalt im Angebot sozialer Medien ist nicht nur wünschenswert, sondern dringend notwendig. Statt die Macht einiger weniger Unternehmen weiter wachsen zu lassen, muss in Erwägung gezogen werden, Unternehmen wie Facebook, Google, oder X in kleinere, unabhängigere und miteinander konkurrierende Unternehmen zu zerschlagen. Dies könnte den Nachrichtenmarkt beleben und den Einfluss von mächtigen Unternehmen verringern. Solche Schritte wären ein Weg, um Innovation zu fördern, Machtmissbrauch zu verhindern und die Meinungsvielfalt zu sichern. Fusionen und Unternehmenskäufe, wie der Erwerb von WhatsApp durch Facebook vor rund einem Jahrzehnt, dürfen sich in Zukunft nicht wiederholen. Das unkontrollierte Wachstum dieser Konzerne hat die digitale Landschaft verzerrt, den Wettbewerb eingeschränkt und eine immer größere Abhängigkeit der Nutzer von wenigen zentralisierten Plattformen geschaffen. Es ist an der

Zeit, klare Grenzen zu setzen – nicht nur für das Wachstum, sondern auch für den Einfluss solcher Mächte - bevor das Internet endgültig in den Händen weniger liegt.

Verbesserung der Medienkompetenz

Alle vorstehenden Überlegungen zielen auf Verbesserungen auf der Seite der Informationsanbieter. Nicht unterschätzt werden darf aber auch die Rolle der Informationsrezipienten. Wichtigstes Stichwort ist hier die Stärkung der Medienkompetenz, die mehr als bisher in die schulischen Lehrpläne und außerschulische Bildungsarbeit integriert werden muss. Hierbei geht es also unter anderem um das Erlernen der Fähigkeit, zwischen Information und Informationsquellen unterschiedlicher Qualität zu unterscheiden, also etwa potentielle Fake News zu erkennen, Filterblasen und Echokammern zu identifizieren usw.¹⁴

Dabei wird von den Befürwortern einer Medienpädagogik freilich zugestanden: „Und doch wird Medienkompetenz nicht alle Probleme im Internet und im Umgang mit digitalen Medien lösen können Die Politik hat die Aufgabe, optimale Ausgangsbedingungen zu schaffen.“¹⁵

Kein Königsweg

Hieraus folgt zunächst: Es gibt keinen Königsweg zur Wahrung der informationellen Selbstbestimmung in der Welt des Internets und der sozialen Medien. An vielen Punkte gleichzeitig ist zu arbeiten, an der Medienkompetenz, an der politischen Regulierung, an der Eindämmung von Marktmacht usw. Fraglich bleibt dann, wie aussichtsreich die einzelnen Maßnahmen und wie realistisch ein abgestimmtes Vorgehen ist.

Eine gewisse Skepsis scheint angezeigt. Die übergroßen Anbieter der sozialen Medien in ihrer Macht politisch und gesetzlich zu beschränken, wird nicht einfach sein, zumal es angesichts des globalen und grenzüberschreitenden Charakters der Medien nicht ausreicht, entsprechende gesetzliche Initiativen in Europa zu entwickeln, wenn in den Herkunftsstaaten der Anbieter, namentlich den USA, nichts passiert (oder aktuell mit der Aufkündigung von Faktenchecks durch Meta, also Facebook und Instagram, sogar nur negatives¹⁶).

Auch in Bezug auf die Entwicklung von Medienkompetenz sollte die Hoffnung nicht zu hoch gehängt werden. Wenn der Fernsehkonsum junger Menschen heute niedriger ist als vor ein oder zwei Jahrzehnten, ist dies weniger einer klugen Medienpädagogik zuzuschreiben als der Abwanderung der Jugend vom linearen Informationsangebot des Fernsehens zum nicht linearen des Internets.¹⁷

Zwischen Pessimismus und Optimismus

Ein pessimistisches Fazit wäre daher: Das Internet und soziale Medien mit all ihren Nachteilen werden erst zurückgedrängt, wenn es irgendwann ein - womöglich noch schlimmeres - Nachfolgemedium gibt.

Dieser Pessimismus muss und soll hier aber nicht geteilt werden. Das Internet und die sozialen Medien sind noch relativ junge Phänomene, die Fertigkeiten im Umgang mit ihnen daher noch nicht ausgereift. Mit tatkräftiger politischer und pädagogischer Unterstützung können sich die Fertigkeiten noch weiterentwickeln. Auch der Einsatz von Künstlicher Intelligenz könnte helfen, z.B. vielleicht Programme schaffen, die Herkunft und Qualität von Nachrichten einordnen. Damit muss aus dem menschlichen Gatekeeper kein digitaler werden. Die KI muss nicht entscheiden, welche Nachrichten ich bekomme, sie kann sich auf Hilfen zu deren qualitativer Einordnung beschränken. Der mediennutzende Mensch behält in einem solchen optimistischen Szenario die Oberhand, die Technik hintertreibt nicht die informationelle Selbstbestimmung, sondern stützt sie. All dies brauchen wir, um Wahrheit zu schützen, um Desinformationen zu stoppen und um Vertrauen zu bewahren.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt lassen sich lediglich Annahmen und Hypothesen über die weitere Entwicklung aufstellen, keine konkreten Szenarien sicher vorhersagen. Daher bleibt uns nichts anderes übrig, als die Dynamik der gesellschaftlichen Entwicklungen abzuwarten. Erst in einigen Jahren wird sich zeigen, welchen Weg unsere Gesellschaft tatsächlich eingeschlagen hat – ob sie den Herausforderungen erfolgreich begegnet oder sich von Fake News und Polarisierung prägen lässt.

ENDNOTEN

- 1
[https://de.wikipedia.org/wiki/Gatekeeper_\(Nachrichtenforschung\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Gatekeeper_(Nachrichtenforschung)) (abgerufen am 30.12.2024).
- 2
Ebenda, in Wiedergabe von: White, The Gate Keeper, A Case Study in the Selection of News, in: Journalism Quarterly 27, 1950, S. 383 ff.
- 3
Zum Ganzen: Stefan Frerichs, Grundlagen der Nachrichtenforschung (aus: "Bausteine einer systemischen Nachrichtentheorie"), Kap. 1.3, Nachrichtenschleusen;
<https://www.stefre.de/html/nachrichtenforschung.html#Nachrichtenschleusen> (abgerufen am 30.12.2024).
- 4
<https://schmid.welt.de/2021/07/21/enteignet-springer-die-welt-jedenfalls-war-1968-erheblich-nuancierter-als-viele-68er-glaubten/> (abgerufen am 30.12.2024).
- 5
https://www.afd.de/wp-content/uploads/2023/05/Programm_AfD_Online_.pdf (abgerufen am 30.12.2024).
- 6
Vgl. dazu: Tomorrow Bio, Kognitive Verzerrungen: Der Einfluss von Nachrichten und sozialen Medien, Post vom 4. August 2023, <https://www.tomorrow.bio/de/post/kognitive-verzerrungen-der-einfluss-von-nachrichten-und-sozialen-medien> (abgerufen am 20.1.2025)
- 7 <https://www.demokratiezentrum.org/bildung/ressourcen/themenmodule/demokratiemodelle/e-democracy-liquid-democracy/> (abgerufen am 30.12.2024).
- 8
Vgl. Barkuni, Das vergessene Versprechen, Wie die Idee der Sozialen Medien scheitert;
<https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/soziale-medien/546037/das-vergessene-versprechen-wie-die-idee-der-sozialen-medien-scheitert/> (abgerufen am 30.12.2024).
- 9
Vgl. dazu: Uwe Krüger, Strukturwandel der Öffentlichkeit: von der Mediendemokratie zur Internetdemokratie? 13.3.2019, Bundeszentrale für politische Bildung, <https://www.bpb.de/themen/wirtschaft/lobbyismus/286817/strukturwandel-der-oeffentlichkeit-von-der-mediendemokratie-zur-internetdemokratie/> (abgerufen am 20.1.2025)
- 10
Vgl. BBC, Why are funny cat videos so popular on social media? Mit folgender Feststellung: "2023 there were a mind-boggling 502 billion views for TikToks with the hashtag #cat."
<https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zqxbqyc> (abgerufen am 31.12.2024).
- 11 https://en.wikipedia.org/wiki/Gregory_Bateson#:~:text=Information%20E2%80%93%20Bateson%20defined%20information%20as,that%20can%20be%20abstract%20also (abgerufen am 30.12.2024).
- 12
Jörn Hetebrügge, Vom Stummfilm zum Tonfilm, 2012. <https://www.kinofenster.de/filme/filme-des-monats/the-artist/34709/vom-stummfilm-zum-tonfilm> (abgerufen am 30.12.2024).

13

Vgl. allgemein zum politischen „Bildungsbeitrag“ von TikTok: Amelie Wiese, Daniel Hajok, Politische Sozialisation Jugendlicher in Zeiten von TikTok, in Mediendiskurs: Ausgabe 102, 2022, S. 16 ff. <https://mediendiskurs.online/beitrag/politische-sozialisation-jugendlicher-in-zeiten-von-tiktok-beitrag-1137/> (abgerufen am 20.1.2025).

14

Diverse Unterzeichner, Keine Bildung ohne Medien, Medienpädagogisches Manifest, 2019 <https://www.keine-bildung-ohne-medien.de/medienpaedagogisches-manifest-2019/> (abgerufen am 30.12.2024).

15

Aydan Özoguz, Medienkompetenz - Herausforderung in der digitalen Gesellschaft, in: Die digitale Öffentlichkeit, hrsg v. Birthe Kretschmer und Frederic Werner im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung, o.J., S. 31 ff. <https://library.fes.de/pdf-files/akademie/hamburg/08862.pdf> (abgerufen am 30.12.2024).

16

Deutschlandfunk, Meta schafft Faktencheck ab, Vor Trump eingeknickt? 8.1.2025 <https://www.deutschlandfunk.de/meta-instagram-facebook-zuckerberg-faktencheck-beschaerkungen-100.html> (abgerufen am 20.1.2025).

17

Vgl. dazu Uwe Krüger, a.a.O. (Endnote 9)