

Zukunft der Zeitung – Zeitung der Zukunft

Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter?

Dr. Christoph, Kunz, Rastatt



Die erste Zeitung: Titelblatt einer Ausgabe von 1609

Im Jahr 1605 wurde in Straßburg mit der „Relation aller Fürnemmen und Gedenckwürdigen Historien“ zum ersten Mal ein Druckerzeugnis veröffentlicht, das man heute als Zeitung bezeichnen könnte. Es enthält Nachrichten, die weder redaktionell ausgewählt noch bearbeitet, auf Richtigkeit überprüft oder lesbarer formuliert waren. Aspekte, die wir heute mit einer Zeitung verbinden und die die Standards von Qualitätsjournalismus ausmachen, entwickelten sich erst in der Folgezeit, um dann bis heute bestimmend zu bleiben.

Durch das Internet und die Digitalisierung hat sich der Umgang mit Informationen, von der Recherche über die Weitergabe bis zur Rezeption, allerdings entscheidend verändert. In diesem Beitrag gehen Ihre Schüler der Frage nach, wie sich dies auf uns als Leser bzw. „User“ auswirkt.

Das Wichtigste auf einen Blick

Klasse: S II

Dauer: 4 Doppelstunden

Kompetenzen:

- Formen des Journalismus im Internetzeitalter kennenlernen
- Auswirkungen der Digitalisierung auf Einstellungen und Verhalten der Mediennutzer erfassen
- Überprüfbarkeit von Quellen bzw. Manipulierbarkeit, Anonymisierung und Radikalisierung als Herausforderungen des Internetjournalismus erkennen
- Fälle von Medienversagen untersuchen
- auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse das eigene Medienverhalten reflektieren

Materialübersicht

- 1./2. Stunde Journalismus im Internetzeitalter – eine unübersichtliche Lage**
- M 1 (Tx) Journalismus im Internetzeitalter – was ändert sich, was bleibt?
- M 2 (Ab) Erinnern Sie sich noch – was geschah nach der letzten Bundestagswahl?
- M 3 (Tx) Medien in der Krise – Fehler im System?
- 3./4. Stunde Zeitung im Internet – neuer Wein in neuen Schläuchen oder alter Wein in neuen Schläuchen?**
- M 4 (Ab) Zeitung im Internet – Aufgaben für die Gruppenarbeit
- M 5 (Tx) „Wir können das, wir machen das“ – Recherchebüro „Correctiv“
- M 6 (Tx) Nachrichtenmacher von nebenan – jeder ist ein Journalist
- M 7 (Tx) Huffington Post – zwei Texte zum neuen Format
- 5./6. Stunde Schöne neue Medienwelt? – Rückfragen, Kritisches und Fragwürdiges**
- M 8 (Ab) Schöne neue Medienwelt – Aufgaben für die Gruppenarbeit
- M 9 (Tx) Journalismus unter Besatz
- M 10 (Tx) Gruß aus der Filterblase der sozialen Elite – wie der Journalismus sich abschafft
- M 11 (Tx) Mit flinken Fingern – wie Tweets Politik machen
- 7./8. Stunde Quo vadis, Journalismus? – Grundsätzliches und Hoffentliches**
- M 12 (Ab) Quo vadis, Journalismus? – Aufgaben für die Partnerarbeit
- M 13 (Tx) Journalisten werden eine neue Rolle haben
- M 14 (Tx) Lesen und Schreiben im Digitalzeitalter
- M 15 (Tx) Facebook, manipulierte Newsfeeds und die Folgen
- M 16 (Bd) Per immer und ewig? – Das riepsche Gesetz des Nachrichtenwesens
- Partnerkontrollen**
- LEK (Tx) Vom Konsumenten zum Produzenten? – Brechts Radiotheorie im Internetzeitalter

Abkürzungen: Ab = Arbeitsblatt; Bd = Bild, Foto; Tx = Text.

M 1**Journalismus im Internetzeitalter – was ändert sich, was bleibt?**

Früher war die Zeitung ein zeitlich abgeschlossenes Produkt. Heute dagegen bilden elektronische Medien die Ereignisse so ab, wie sie sind: endlos. Was bedeutet das für Journalismus und vor allem für die Qualität der Berichterstattung?

Im endlosen Strom der Ereignisse

[...] Die Leser haben nun die Wahl, wie und wo sie ihre Nachrichten bekommen. Auf dem Computer bei der Arbeit, dem Tablet auf dem Sofa, gedruckt als Zeitung am Frühstückstisch oder als Kurznachricht auf dem Handy in der S-Bahn. Neu dabei ist in Deutschland der Dienst Blendle, der einzelne Texte aus verschiedenen Zeitungen, auch aus der Süddeutschen, anbietet. So wird das gebündelte Produkt Zeitung im Netz zerrissen. Noch vor fünf Jahren konnten sich da manche klassischen Zeitungsjournalisten nicht einmal vorstellen. Auch die klassische Recherchearbeit findet heute wenigstens zum Teil im Netz statt, manchmal auch nur im Netz: von der Recherche über die Zusammenarbeit mit Kollegen bis hin zur Veröffentlichung. Journalisten, die für eine lange Reportage um die Welt fliegen, werfen vorher einen Blick ins Netz, um zu sehen, was es über ihr Thema dort zu lesen gibt. Und spätestens seit in der Süddeutschen Zeitung auch eine digitale Ausgabe entsteht, etwa fürs iPad, arbeiten alle Mitarbeiter an gleicher gedruckter Ausgabe und für ein digitales Produkt, man nennt das integrierte Arbeit. Früher konnte ein einzelner Journalist so viele Menschen erreichen wie heute. Über sozialen Netzwerke bekommt er oft innerhalb von Sekunden nach der Veröffentlichung eines Textes erste Rückmeldung.

Da ist viel Blödsinn dabei, und so ist das Moderieren von Nutzer- und Leserkomentaren als eigener Job erfunden worden. Oft sind es die Gedanken, nicht selten wissen bestimmte Leser mehr als der Redakteur. Kleine Journalisten sind dankbar für dieses Wissen. Es brechen also große und großartige Zeiten für Journalisten an und damit auch für Verlage – eigentlich. Die Unternehmen hinter den Redaktionen tun sich jedoch bislang schwer damit, im Netz genügend Geld zu erwirtschaften. Viele Nutzer sind es gewohnt, dass alles im Internet gratis ist. Die Werber schaffen es nicht, das Netz interessant zu sein. Gleichzeitig stellt sich die Frage, inwiefern sich Redaktionen und Verlage amerikanischen Internetkonzernen ausliefern, wenn sie über deren Plattformen viele Menschen erreichen. [...]

Wer wissen will, wie Deutschland weitergehen wird, muss [...] über den Atlantik blicken. Dort arbeiten Hunderte Programmierer an Algorithmen, die voraussagen sollen, welche Artikel besonderen Anklang finden. Junge, aber sehr erfolgreiche journalistische Start-ups wie BuzzFeed publizieren fast nur nach Algorithmengrundlage. Für den Journalismus kann das fatal sein. Nämlich dann, wenn die Interesse der Masse bestimmt, was berichtenswert ist. Es kann aber auch vieles verbessern, nämlich dann, wenn die Technik das Bauchgefühl des Redakteurs durch eine faktenbasierte Entscheidung ersetzt.

Doch stehen die Veränderungen erst am Anfang. Wenn die gedruckte Zeitung eine Kutsche wäre, dann steht die Medienwelt jetzt vielleicht kurz hinter der ersten Autofahrt von Bertha Benz. Das T-Modell ist noch lange nicht in Sicht. Gut möglich, dass mit der Digitalisierung das ganze Zeitalter voller Experimente angebrochen ist. Nur eines ist klar: Dieselben Grundlagen, die in den vergangenen 70 Jahren gegolten haben, gelten weiterhin. Gründliche Recherche, Quellenschutz, eine klare, transparente Haltung und immer der Versuch, den bestmöglichen Journalismus zu machen. Egal, ob mit einer Schreibmaschine oder dem iPhone.

Süddeutsche Zeitung, 06.10.2015. Autor: Johannes Boie. <https://www.sueddeutsche.de/medien/journalismus-im-internetzeitalter-im-endlosen-strom-der-ereignisse-1.2661828>. © Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH/Süddeutsche Zeitung GmbH.

Aufgabe

Welche Veränderungen macht der Autor mit Blick auf die Zeitung aus?

M 6**Nachrichtemacher von nebenan – jeder ist ein Journalist**

Von Daniel-C. Schmidt

[...] Oft sind Ereignisse zu gefährlich, in Kriegsgebieten beispielsweise, manchmal sind die Reporter schlichtweg nicht schnell genug am Ort des Geschehens – im Gegensatz zu Augenzeugen, die ihre Handykameras zücken. Journalisten sind daher immer mehr wieder auf diese Amateuraufnahmen angewiesen, um bestimmte Geschichten zu erzählen. Das inhaltliche Vorrecht auf Nachrichten müssen sie sich längst mit dem Smartphone-bewaffneten Volk teilen. Das ehemals mediale Hoheitsgebiet ist plötzlich zugänglich für alle. Zugespitzt formuliert ist manchmal gar eine neue Arbeitsteilung entstanden: Der Journalist berichtet, was der Bürger liefert. [...]

„Reporter können nicht überall sein. Sie sollten die Leute an der Straßenseite als Konkurrenz sehen, sondern lieber diese Quellen nutzen für neue Erzählformen“, sagt Nicolas Filio. Er ist Chefredakteur von Citizenside, einer französischen Nachrichtenagentur, die Augenzeugen die Möglichkeit bietet, ihre Bilder und Videos im Netz hochzuladen. Citizenside prüft die Echtheit des Inhalts und verkauft anschließend das Material mit Nachrichtenwert weiter an Medien in aller Welt. Das können Urlaubsfotografen von Präsident Nicolas Sarkozy sein oder eben Szenen aus umkämpften Gebieten in Syrien.



© picture alliance/abaca

Eine Demonstrantin der Gelbwestenbewegung erstellt mit ihrem Smartphone ein „Facebook Live“ – eine Videoübertragung in Echtzeit – im Januar 2019 in Toulouse, Frankreich.

Das Video von dem Mediadesigner John Galliano und seinen antisemitischen Tiraden verkaufte Citizenside 2011 für eine Summe „irgendwo zwischen fünf und sechs Stellen“, wie Chefredakteur Filio erzählt. Für den sogenannten Bürgerjournalisten, der das Material bei Citizenside einstellt, entstanden keine Kosten. Im Gegenteil, man handle ein „marktübliches Honorar“ von den Medien aus. 35 bis 50 Prozent davon gehen an die Agentur. [...]

Nicht selten stellen Menschen ihre Bilder und Videos kostenlos und anonym ins Netz, um auf Missstände hinzuweisen, wie bei den aktuellen Protesten in der Türkei. Jede Minute werden allein auf Youtube einhundert Stunden Videomaterial hochgeladen. Darunter ist es für Journalisten eine neue Herausforderung, auf Echtheit geprüften Bilder zu finden, ist für Journalisten eine neue Herausforderung. Was dazu führen kann, dass sich unschuldige Personen als mutmaßliche Amokschützen in den Nachrichten wiederfinden. So erging es Ryan Lanza, dem Bruder des Amokschützen von Newtown, Adam Lanza, im vergangenen Dezember. Diverse Medien verbreiteten sein Facebook-Profil als „exklusives Foto des Todesschützen“, ohne zu prüfen, dass es sich bei dem Täter um seinen jüngeren Bruder Adam handelte.

30 „Jedes Mal, wenn so etwas passiert, verliert die gesamte Medienbranche an Glaubwürdigkeit“, sagt Markham Nolan. „Da ist klassischer Journalismus gefragt: Du musst nicht Recht sein, du musst Recht haben.“ Nolan ist Redaktionsleiter von Storyful, einer anderen Agentur, die als Zwischenhändler professionelle Medien und Bürgerjournalisten zusammenbringt. „Geschichten erzählen können Journalisten immer noch am besten“, sagt er. „Wir helfen ihnen nur dabei, das beste Material zu finden.“ [...]

30 Storyful-Mitarbeiter mit Sitz in Dublin durchforsten das Internet, insbesondere soziale Netzwerke, nach relevanten Inhalten. Diese werden mithilfe von Datenbanken oder Algorithmen verifiziert und, nachdem die Rechte gesichert wurden, an die Klienten (unter anderem *New York Times*, *The Economist*, *Reuters*) weitergereicht zur redaktionellen Einbindung. Kostenpunkt je nach Umfang: zwischen 750 und 15.000 US-Dollar monatlich. Nolan beobachtet eine veränderte Wahrnehmung für die Wackelbilder aus den Krisengebieten: „Wenn irgend- ein Syrer auf der Straße, entblößt und mit zitterigen Worten, die Situation in einem grobkörnigen Video beschreibt, ist das inzwischen viel wahrheitsvoller als ein inoffizieller, mit BBC-Stimme vorgetragener Bericht.“ [...]

45 Schnelligkeit ist weiter oberstes Gebot. Beim einordnenden „Warum“ der Nachrichten gelten Journalisten als unschlagbar. Beim „Was“ überschlagen sich alle Medien gerne mit exklusiven Meldungen, die Netz-Community gibt das Tempo an. Schnellmeldungen entstehen. Die rauszufiltern haben sich Agenturen wie Storyful [...] eben auch zur Aufgabe gemacht. Und zum Geschäft.

Aus: Süddeutsche Zeitung, 02.07.2013. Autor: Daniel-C. Schmitt. <https://www.sueddeutsche.de/medien/zukunft-des-journalismus-nachrichtemacher-von-nebenan-1.1709972>. © Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH/Süddeutsche Zeitung GmbH.

Erläuterungen: *Nicolas Sarkozy*: französischer Staatspräsident 2007–2012 – *BBC*: (engl. *British Broadcasting Corporation*) britische öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt, die Radio- und Fernsehprogramme sowie einen Internetchatdienst betreibt

Aufgaben

1. Erläutern Sie an einem Beispiel, was mit „Nachrichtemacher von nebenan“ gemeint ist.
2. Welche positiven und welche negativen Folgen können damit verbunden sein? Gehen Sie dabei auf den Aspekt der Schnelligkeit ein.
3. Informieren Sie Ihre Gruppenmitglieder über die Ergebnisse Ihrer Textuntersuchung.



Zusatzaufgaben

1. Informieren Sie sich über die Vorgänge rund um John Galliano, die im Text erwähnt werden.

2. Über die folgende Adresse stoßen Sie auf einen Beitrag der Wochenzeitung „Die Zeit“, in dem sich mit neuen Formen des Journalismus befasst:

<https://www.zeit.de/digital/internet/2015-06/twitter-lightning-apple-news-youtube-newswire>



3. Sammeln Sie diesen Artikel auf und sammeln Sie weitere Informationen zu „Storyful“, einem Projekt, das im Text erwähnt wird.

M 8**Schöne neue Medienwelt? – Aufgaben für die Gruppenarbeit**

Welche Chancen und welche Risiken gehen mit der Neugestaltung der Medienlandschaft einher? Setzen Sie sich kritisch mit den folgenden Texten auseinander.

Aufgaben

1. Lesen Sie zunächst in Einzelstillarbeit die Materialien M 9, M 10 und M 11.
2. Finden Sie sich dann in Dreiergruppen zusammen.
3. Prüfen Sie, welche der Texte eher die Gefahren, welche Texte eher die Chancen der Neugestaltung der Medienlandschaft durch Internet und Digitalisierung sehen.
4. Schreiben Sie die wichtigsten Argumente der Texte auf Karteikarten auf. Wenden Sie für M 9 die Farbe Rot, für M 10 die Farbe Gelb und für M 11 die Farbe Grün an.
5. Formulieren Sie abschließend Ihre eigene Position. Neigen Sie eher der Gefahrenseite zu oder eher der Chancenseite?
6. Bereiten Sie dann einen Vortrag vor, in dem Sie den Verlauf der Karten an einer Pinnwand fixieren.

M 9**Journalismus unter Beschuss**

Der Autor des folgenden Textes geht vom Begriff „Lügenpresse“ aus und erläutert, dass dieser Begriff einen Verlust des Vertrauens aufzeigt, der für die Demokratie gefährlich werden kann. Frank Überall, Vorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV).

Fünfte versus vierte Gewalt: Journalismus unter Beschuss

Von Frank Überall

[...] Nichts steht so sehr für wie der inzwischen fast omnipräsente Begriff der „Lügenpresse“. Die historisch aus der Zeit des Nationalsozialismus übernommene Vokabel ist in Teilen der Bevölkerung längst wieder salzfähig geworden. Ob bei Pegida oder der AfD: Als Kampfbegriff wird sie gegen eine ungefüllte subjektiver Unzufriedenheit besonders gegen klassische Medien und die durch diese vermittelte Öffentlichkeit vorhanden ist. Dabei wird unterstellt, dass bestimmte Aspekte der Realität von „den Medien“ ganz bewusst ausgeblendet werden.

Demgegenüber steht die Konjunktur der neuen „sozialen Medien“: In sozialen Internetgruppen als digital verlängerte Stammtisch tauschen sich zunehmend Gleichgesinnte aus, die nur noch das (positive) wahrnehmen, was in ihrer entsprechenden Filterblase als satisfaktionsfähig gilt. Handwerkerliche Tugenden des Journalismus spielen dabei keine Rolle. Das solide Zusammentragen und Überprüfen von Fakten, die möglichst objektive Darstellung sowie die kompetente Einordnung werden dem Verständnis von diesen Gruppierungen gar nicht mehr zugetraut. Sie konzentrieren sich lieber auf jede Art von Mitteilungen, die ihrem eigenen Weltbild entgegenkommen. Alles, was dem zu widersprechen scheint, wird reflexartig als Unwahrheit abgetan. Dieser Zerfall der kommunikativen, medial vermittelten Öffentlichkeit in kleinere, separate Teilöffentlichkeiten ist ein gravierendes Problem für die Demokratie – und er steht womöglich erst am Beginn.

Dabei hatte das Internet ursprünglich durchaus Anlass zu Hoffnungen gegeben: Endlich könnten die Bürger sich von der Rolle des Medienrezipienten emanzipieren und am gesellschaftlichen Diskurs teilhaben, weil sie ohne großen Aufwand selbst ihre Meinung publizieren und damit theoretisch ein massenhaftes Publikum erreichen können. In der Realität aber zieht sich ein Großteil der Menschen auf die Rolle des bloßen Konsumenten zurück. Eine dauerhafte kommunikative

Teilhabe scheint viele zu überfordern oder ihnen zumindest im komplexen Alltag zu aufwändig zu sein. Die Folge ist, dass zuweilen besonders zugespitzte, schrille oder laute Töne in Stammesmanier für die „Stimme des Volkes“ gehalten werden. „Wir sind das Volk“ heißt es auf den Straßen von Dresden, Heidenau und Clausnitz wie in den Hass-Blogs im Internet. Die schweigende Mehrheit findet in dieser medial aufgeregten Digitalwelt keinen Widerhall.

Journalismus auf der Kippe

Offensichtlich wird gegenwärtig das Verhältnis zwischen Journalisten, Medienunternehmen und Rezipienten neu vermessen. Gewiss, noch ist die gesellschaftliche Bindungskraft der Massenmedien – Print, Hörfunk und Fernsehen – nicht wirklich gebrochen; doch die Lage ist für Bürger und Medienvertreter unübersichtlich. Heute erleben Medienmacher das, womit auch andere demokratisch legitimierte Eliten konfrontiert sind: Die Autorität von Kommunikatoren und Entscheidungsträgern in Politik, Staat und Wirtschaft wird gesellschaftlich zunehmend in Frage gestellt – und eben auch die des journalistischen Berufsstandes. War eine Kontaktaufnahme zu Reaktionen in der Vergangenheit allenfalls über Leser- oder Zuschauerbriefe möglich, sind heute durch E-Mail, Blogs und soziale Netzwerke zahllose niedrigschwellige Kommunikationsmittel entstanden. Nahezu kein Medienhaus oder Journalist kann es sich mehr erlauben, diese Medienwege zu ignorieren. Der Meinungsdiskurs wird durch diese Entwicklungen völlig neu strukturiert. Der Schriftsteller Bertolt Brecht hatte schon in seiner Radiotheorie die Vision einer solchen umfassenden Teilhabemöglichkeit für alle Bürger entworfen und soziale, gesellschaftliche Chance beschrieben. Jeder mediale Empfänger sollte gleichzeitig auch zum Sender werden können.

Tatsächlich bieten die heute Realität gewordenen Kontaktwege viele konstruktive Möglichkeiten für den Austausch zwischen professionellen Medien, Lobbyjournalisten, ambitionierten publizistischen Interessenvertretern und „einfachen“ Bürgern. In der Vielstimmigkeit dieses diskursiven Konzerts reduziert sich jedoch der Verdienstvorsitz der Wirkungsmacht der etablierten Medien. Ja mehr noch: Die neuen Teilnehmer der sich verändernden Kommunikationswelt könnten zu einer „fünften Gewalt“ im Staate werden, nämlich ohne sich den handwerklichen Regeln der professionellen Presse zu unterwerfen.

Unsoziale statt soziale Medien: Polarisation und Komplexitätsreduktion

Der Kampf um Aufmerksamkeit zwischen vierter und fünfter Gewalt wird dabei zuweilen mit höchst unfairen Mitteln ausgetragen. Tatsächlich wird die einstige Hoffnung, dass mit Hilfe von Onlineforen die Debattekultur inhaltlich beflügelt werden könne, empirisch inzwischen zurückhaltend beurteilt. Die Forscherin und Kneuer von der Universität Hildesheim hat in einer Studie herausgefunden, dass soziale Medien kaum ein virtueller Raum öffentlicher Beratschlagungen, sondern allenfalls als Plattform für die Organisation von Protesten. Soziale Medien könnten demnach höchstens dazu dienen, „auf Diskurse hinzuweisen oder kombiniert mit effektiven Botschaften Emotionen zu verbreiten“.

Doch gerade diese missene Zuspitzung, üble Gerüchte und effektive Falschdarstellungen gewinnen im Publikum, wobei diese publizierten Ausführungen von vielen unreflektiert als medienvermittelte wahrgenommen werden. Ein Unterschied zwischen seriösen und zweifelhaften Quellen wird seitens der Rezipienten kaum mehr gemacht, der Schritt hin zu einer undifferenzierten Abqualifizierung von allem Veröffentlichten als „Lügenpresse“ ist da nicht mehr weit.

In diesem Sinne können internetbasierte „soziale Medien“ schnell zu wahrhaft unsozialen Medien werden, indem sie die für eine Demokratie konstitutive Information über valide Fakten mit der entsprechenden Einordnung unterminieren. „Soziale“ Netzwerke, die eben nicht nur der aufrichtigen und kritischen Diskussion, sondern auch dem hasserfüllten Frontalangriff auf Journalisten



Kundgebung des islamfeindlichen Pegida-Ablegers „Bagida“ in München 2015

© picture alliance / Süddeutsche Zeitung Photo

dienen, überschatten inzwischen in bestimmten Situationen sogar den redaktionellen Alltag. Die vermeintliche „Lügenpresse“ wird nicht nur bei Veranstaltungen körperlich angegriffen, sie muss sich auch der Schmähkritik aus dem Internet erwehren, bis hin zu Gewaltandrohungen. Der Umgang mit „Shitstorms“ stellt dabei ein Neuland dar, dessen Regeln weitgehend undefiniert bleiben. Die Redaktion der „Berliner Zeitung“ war eine der ersten, die hier in die Offensive gegangen ist. Ressortleiter Arno Schupp kündigte Anfang 2016 an, gegen Hasskommentare beispielsweise auf Facebook aktiv vorgehen zu wollen. Bei nachweislichen Bedrohungen und Diffamierungen stellen die Blattverantwortlichen inzwischen Strafanzeigen bei der Justiz.


Dieses Vorgehen markiert einen Meilenstein im Ringen um die Deutungsrolle im ökonomisch-medialen Diskurs. Tatsächlich erscheint die Rolle eines den Diskurs strukturierenden, aber auch differenzierenden Journalismus als immer wichtiger – und immer bedrohter. Denn faktisch kann dieser mit der digital gelebten Ungeduld kaum noch mithalten. Beim Publikum dominiert die Sehnsucht nach Komplexitätsreduktion. Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier warnt zu Recht davor, dass „vor allem die Onlinemedien sehr zu Verkürzung und Polarisierung“ tendieren, „um dem Bedürfnis gerecht zu werden, komplizierte Sachverhalte in Schwarz und Weiß einzuteilen“. Dagegen bedarf die Demokratie einer informationsbasierten Orientierung. Diese wiederum können in aller Regel nur Journalisten leisten.

Der frühere Vorsitzende der Direktorenrunde der Medienanstalten Norbert Schneider, grenzt diesen professionellen Bereich daher bewusst von einer „Welt vor vielen“ ab, der im Internet stattfindet: „Dieser Gedanke passt perfekt in eine Obi-Gesellschaft, in der jeder alles kann und daher auch alles macht. Doch so, wie es am Ende eine Dummheit ist, auf den gelernten Maurer zu verzichten, ist es auch eine Dummheit, auf die zu verzichten, die in einem professionellen Blick hinter die Kulissen des ersten Anscheins schauen. Niemand käme auf die Idee, die Ärzte abzuschaffen, nur weil man über Krankheiten im Internet nachlesen kann, im Netz findet, damit aber weder gesünder noch kränker wird, höchstens verwirrt. Und genau das soll beim Journalismus klappen?“ [...]

Aus: Fünfte versus vierte Gewalt: Journalismus unter Beschuss. Autor: Frank Überall. In: Blätter für deutsche und internationale Politik. 4/2016, S. 75–82. <http://www.blaetter.de/archiv/jahrgaenge/2016/april/fuenfte-versus-vierte-gewalt-journalismus-unter-beschuss>. © Blätter Verlagsgesellschaft mbH 2019.

Erläuterungen: *Pegida*: (= Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes) islam- und fremdenfeindliche sowie rechtspopulistische Organisation – *AfD*: (= Alternative für Deutschland) rechtspopulistische Partei in Deutschland mit rechtsextremen Tendenzen – *Frank-Walter Steinmeier*: Bundesaußenminister 2005–2009 und 2013–2017

Aufgaben

1. Welche Gefahr macht die fünfte Gewalt für die Demokratie aus? Zeichnen Sie seine Argumentation nach! 
2. Welche Rolle spielt dabei das Internet? Verwenden Sie in Ihrer Antwort die Begriffe „Medienklase“ und „niedrigschwellige Kommunikationsmittel“.
3. Im Text wird Bezug genommen auf eine Vision des Dramatikers Bertolt Brecht. Brecht schrieb sinngemäß:

Jeder mediale Empfänger sollte gleichzeitig auch zum Sender werden können.

4. Sind die Hoffnungen, die Brecht hatte, nach Meinung des Autors erfüllt worden? Prüfen Sie, ob das Internet das verwirklicht, was Brecht vorschwebte.

Im Text ist von „vierter“ und „fünfter“ Gewalt die Rede. Erläutern Sie den Zusammenhang dieser beiden Gewalten mit den drei politischen Gewalten Exekutive, Legislative und Judikative in eigenen Worten.

6. Erläutern Sie die Wendung von der „Obi-Gesellschaft“ und beziehen Sie diese auf die neue Medienlandschaft.

LEK**Vom Konsumenten zum Produzenten? – Brechts Radiotheorie im Internetzeitalter****Text 1**

Bertolt Brecht ist vor allem als Dramatiker und Lyriker bekannt. Er hat sich aber auch mit Medientheorie beschäftigt. Zu Beginn der 30er-Jahre des 20. Jahrhunderts schrieb er eine Theorie des Radios. Darin ist zu lesen:

Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kommunikationssystem, das heißt, er würde es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müsste demnach auf dem Lieferant zum Herausgehenden und den Hörer als Lieferanten organisieren.



Foto: Bundesarchiv, Bild 183-W0409-300 / Kolbe, Jörg / CC-BY-SA 3.0

Zitiert aus: Brecht, Bertolt: Werke. Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe. Schriften 1. Schriften 1914–1933. Hg. von Werner Hecht. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1992, S. 100.

Text 2

Der folgende Ausschnitt stammt aus einem Text, der sich auch mit Brechts Radiotheorie auseinandersetzt. Darin ist folgende Stellungnahme von Hannar Lott zu lesen:

Wir ersetzen mal zum Spaß „Rundfunk“ durch „Internet“ – und schon könnte die Aussage [Brechts] aus den 90er Jahren stammen. Jetzt ist da irgendwie alles da – Twitter und die Blogs (die eigentlich zusammengehören als in sich irgendwie unvollständige Bruchstücke eines Ganzen), Wikipedia, Infomedien, E-Book, das Wasser im Kanal fließt in beide Richtungen. Brecht ging es allerdings nicht darum, dass Blogger ihre kleinen Erlebnisse aufschreiben oder Twitterer ihre Verfänger mit Beiträgen wie „Ich finde am Marienplatz kein Taxi. #FAIL“ anöden, sondern um die Herstellung von Gleichgewicht, von Gegenöffentlichkeit: „Den Mächten der Ausschaltung durch eine Organisation der Ausgeschalteten begegnen“. Tragisch ist nur, dass die Forderung theoretisch zwar erfüllt, das weiße Rauschen aber so laut geworden ist, dass man hinterher nach so vielem, nicht mehr so recht hört. Und dass die „Mächte der Ausschaltung“, also die Obrigkeit, durch die „Mächte der Verdoofung“, also die Konzerne, ersetzt worden sind, die ziemlich effizient arbeiten.

Zitiert nach: Brecht, Bertolt: Werke. Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe. Schriften 1. Schriften 1914–1933. Hg. von Werner Hecht. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1992, S. 100.

Aufgaben

- Erläutern Sie die Auffassung und Vision von Brecht, die er mit dem Radio verband.
- Man könnte sagen, dass Brechts Vision durch das Internet verwirklicht wurde. Wie denkt darüber der Autor von Text 2? Wie argumentiert er?
- Erörtern Sie, ob Brechts Vision sich bewahrheitet hat. Gehen Sie dabei vor allem auf die Rolle des Journalismus ein und nutzen Sie Beispiele, die Sie in der Einheit kennengelernt haben.

Der RAABE Webshop: Schnell, übersichtlich, sicher!



Wir bieten Ihnen:



Schnelle und intuitive Produktsuche



Übersichtliches Kundenkonto



Komfortable Nutzung über
Computer, Tablet und Smartphone



Höhere Sicherheit durch
SSL-Verschlüsselung

Mehr unter: www.raabe.de