

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 enthielt 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 bestmündend 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

Fachwissenschaftliche Hinweise

Zeitung ist ein Medium, das wohl jeder kennt und schon einmal in der Hand gehalten hat. Die Zeitung hat dabei, wie auch andere Massenmedien, drei Aufgaben:

1. Sie **informiert** über Geschehnisse und Meinungen in Politik und Gesellschaft. Sie unterstützt die Leser dabei, sich eine eigene politische Meinung zu bilden, die es ermöglicht, am politischen Entscheidungsprozess teilzunehmen.
2. Mit Blick auf die Artikulation dient sie als **Sprachrohr für die Meinungen der Öffentlichkeit**. Zeitung ist somit eine Mittlerin zwischen Politik und Bürgern.
3. Zeitung wird hinsichtlich der Aspekte **Kritik und Kontrolle** auch als „Wachhund der Demokratie“ benannt, der Missstände und Amtsmissbrauch aufdeckt. Die Zeitung wird, wie auch andere Medien, dabei als **vierte Gewalt** (neben Legislative, Exekutive und Judikative) bezeichnet.

Zeitung im Wandel

Zeitungen als regelmäßig erscheinende Publikationsorgane entwickelten sich parallel mit dem Ausbau des Postwesens. Der Name mancher Zeitung deutet heute noch auf die Nähe zur Post: Morgenpost, Schwäbische Post, Nachtkurier u. a. Diese Blätter druckten Sammelkorrespondenzen ab, die von Schreibern anhand verschiedener Quellen zusammengestellt und an die Zeitungsverleger verkauft wurden. Die Herkunft der einzelnen Informationen ging dabei häufig verloren, der Wahrheitsgehalt ließ sich nur schwer überprüfen. Verlässlichkeit und Vertrauen waren erst später gegeben, als Ansätze eines **Qualitätsjournalismus** aufkamen und sich durchsetzten.

Zeitung und Digitalisierung

Viele Mediennutzer meinen, dass heute – in Zeiten von Fake News – diese Verlässlichkeit wieder verloren zu gehen droht, dass ein Misstrauen angesagt ist, das allerdings längst nicht mehr nur die Medien betrifft, sondern auch die handelnden Politiker erfasst hat. Als Ursache für diese Entwicklung wird dabei immer wieder auf die Veränderungen verwiesen, die die Medien durch das Internet und die **Digitalisierung** erfahren haben.

Die vorliegende Einheit untersucht diesen Zusammenhang mit Blick auf das **Medium Zeitung**. Dabei kann auch reflektiert werden, ob durch das Internet das sogenannte „rieplsche Gesetz“ zum ersten Mal gebrochen wird. Der Journalist und Historiker Wolfgang Riepl hat 1913 die These aufgestellt, dass ein Medium niemals komplett durch ein anderes, neues Medium ersetzt werde. 100 Jahre lang hat dieses Gesetz gegolten, 100 Jahre haben sich auch Journalisten darauf berufen. Heute befürchten manche, dass sie sich geirrt haben könnten.

Es könnte also bald so weit sein, dass wir keine Zeitung mehr in der Hand halten, in der es aber noch ein komplett neues Medium geben wird, das sich „Zeitung“ nennt. Nur: Wird es dann mit dem Medium, das wir kannten, noch etwas gemein haben?

Didaktisch-methodische Überlegungen

Die folgende Einheit besteht aus vier Teilen:

Im ersten Teil (M 1–M 3) beschäftigen sich die Lernenden mit jenen **Veränderungen**, die mit Blick auf die **Medienlandschaft** immer wieder genannt werden, die von manchen bedauert, von anderen begrüßt werden. Dabei wird die Aufmerksamkeit besonders auf die Bedeutung des Internets und der Digitalisierung für diese Entwicklung gelenkt. Dieser Schritt erfolgt in **Partnerarbeit**, teilweise auch **arbeitsteilig**.

Im zweiten Teil werden **konkrete Beispiele** vorgestellt (M 4–M 7), die aufzeigen, welche neuen Formen von Medien mit Internet und Digitalisierung verbunden sein können. Die Materialien sind jeweils mit Zusatzaufgaben verbunden, die zur eigenen, weiteren Recherche und Vertiefung des Themas einladen. Die Bearbeitung erfolgt in **arbeitsteiliger Gruppenarbeit**, die Ergebnisse werden im Anschluss ausgetauscht.

Der folgende Materialblock (M 8–M 11) dient der **Auseinandersetzung mit den Chancen, Problemen oder sogar Gefahren für die demokratische Ordnung**, die sich mit den neuen Formen des Journalismus abzeichnen. Dieser Baustein führt auch in eine **Diskussion** ein, die im zweiten Teil im Zusammenhang mit der Diskussion über den deutschen Ableger der Huffington Post beispielhaft schon eingeleitet wurde. Da die Veränderungen sich aktuell vollziehen, soll dieser Schritt für mögliche Gefahren, die von den Medien ausgehen können, sensibilisieren.

Der letzte Teil (M 12–M 16) richtet den Blick in die Zukunft und wird grundsätzlicher, indem er auch allgemein nach dem **Lesen und Schreiben im Digitalzeitalter**, aber auch nach dem (politischen) Leben im Digitalzeitalter fragt.

Manche **Texte** sind mit **Erläuterungen** zu möglicherweise unbekanntem Begriffen versehen. Bei den Texten, bei denen dies nicht der Fall ist, schreiben die Lernenden selbst solche Erläuterungen an den Rand oder auf ihre Lösungsblätter. Das abschließende **M 12** kann als **Schaubild** zur Reflexion über das riepische Gesetz in jeder Phase des Unterrichts eingesetzt werden; im vorliegenden Entwurf wird es im vierten Teil thematisiert.

In der abschließenden Lernerfolgskontrolle (**LEK**) setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit Brechts Radiotheorie auseinander und überlegen, wie sich seine Vision durch das Internet verwirklicht wurde. Dabei gehen sie auf Fragen des Journalismus ein und nutzen Beispiele, die sie im Verlauf der Beschäftigung mit dem Thema in dieser Einheit kennengelernt haben.

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“ – Recherche-Büro „Correctiv“
 M 6 (Tx) Nachrichtenmacher von nebenan – jeder ist ein Journalist
 M 7 (Tx) Huffington Post – zwei Texte zu einem neuen Format

5./6. Stunde Schöne neue Medienwelt? – Rückfragen, Kritisches und Fragwürdiges

- M 8 (Ab) Schöne neue Medienlandschaft? – Aufgaben für die Gruppenarbeit
 M 9 (Tx) Journalismus unter Beschuss
 M 10 (Tx) Gruß aus der Filterblase der urbanen Elite – wie der Journalismus sich abschafft
 M 11 (Tx) Mit flinken Fingern – wenn Tweets Politik machen

7./8. Stunde Quo vadis, Journalismus? – Grundsätzliches und Zukünftiges

- 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) Für immer und ewig? – Das riepsche Gesetz des Nachrichtenwesens

Lernerfolgskontrolle

- 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 den 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 Rechner 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 das manche klassischen Zeitungsjournalisten nicht einmal vorstellen. Auch die klassische Redaktionsarbeit 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 wissen, 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 zugleich für die gedruckte Ausgabe und für ein digitales Produkt, man nennt das integrierte Arbeit. Nie zuvor konnte ein einzelner Journalist so viele Menschen erreichen wie heute. Über die 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 Leserkommentaren als eigener Job erfunden worden. Oft sind es aber auch kluge Gedanken, nicht selten wissen bestimmte Leser mehr als der Redakteur. Kluge 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, im 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 es in 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 noch auf Datengrundlage. Für den Journalismus kann das fatal sein. Nämlich dann, wenn das 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. Fords T-Modell ist noch lange nicht in Sicht. Gut möglich, dass mit der Digitalisierung ein ganzes 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.

Aus: Süddeutsche Zeitung, 06.10.2015. Autor: Johannes Boie. <https://www.sueddeutsche.de/medien/journalismus-im-internet-zeitalter-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?



Erläuterung (M 1–M 3; 1./2. Stunde)

Journalismus im Internetzeitalter – eine unübersichtliche Lage

Zum **Einstieg** lesen die Lernenden den Auszug aus einem Artikel in M 1 und beantworten (ggf. mit einem Sitznachbarn) die dazugehörige Frage. Ein **Schülertandem** stellt seine Ergebnisse im Plenum vor, andere Tandems können bestätigen, ergänzen, korrigieren.

Im Anschluss daran sollen die Schülerinnen und Schüler in **Einzelarbeit** die Fragen des Tests zur Bundestagswahl 2017 beantworten. Dabei sollten sie die Frage 3 zunächst abdecken, um die Ergebnisse nicht vorwegzunehmen. Die Befragung wird zunächst zur Seite gelegt und nicht besprochen. Die Lehrkraft verweist darauf, dass die Befragung im weiteren Verlauf des Unterrichts thematisiert werden wird.

Im nächsten Schritt beschäftigen sich die Lernenden eingehend mit den Ergebnissen einer **Studie** über die **mediale Berichterstattung 2015/2016 über die „Flüchtlingskrise“** (M 3). Dazu rufen sie über den angegebenen Internetlink den Text auf und bearbeiten im Tandem die dazugehörigen Fragen. Die Schülerinnen und Schüler müssen dazu im Klassenzimmer auf internetfähige PCs zugreifen können.

Die abschließende Frage 8 ist arbeitsteilig angelegt und soll als Hausaufgabe bearbeitet werden: Ein Tandempartner gestaltet ein **Schaubild**, der zweite soll die **Befragung** aus M 2 in der Familie oder im Freundeskreis bis zur nächsten Stunde durchführen und das Ergebnis optisch aufbereiten. Die Lernenden haben dann zu Beginn der nächsten Stunde Gelegenheit, sich gegenseitig über ihre jeweilige **Hausaufgabe** zu informieren und eine Präsentation ihrer Ergebnisse vorzubereiten.

Im Zusammenhang mit M 3 sollte deutlich werden, dass es Aspekte der Veränderung in der medialen Berichterstattung gibt, die mit dem Internet zusammenhängen (z. B. der Zeitdruck, der mit dem neuen Medium verbunden ist), dass es aber auch Aspekte gibt, die unabhängig von dem neuen Präsentationsmedium sind (z. B. die große Nähe vieler Journalisten zur Politik). Hier kann sich schon eine Reflexion anschließen, ob das Netz den Nutzern die Möglichkeit bietet, dem vermeintlich regierungsnahen „Mainstream“ zu entfliehen.

Erwartungshorizont (M 1)

Zu 1: Die Tabelle könnte folgendermaßen gefüllt werden:

	Zeitung alten Formats	Zeitung in Zeiten der digitalen Medien
Unterschiede	<ul style="list-style-type: none"> – abgeschlossenes Produkt – gedruckt – gebündelt – zeitversetzte Rückmeldung – Nutzer zahlt dafür – Journalist entscheidet auch nach „Bauchgefühl“, was berichtenswert ist (kann zweischneidig sein) 	<ul style="list-style-type: none"> – endlos, bis zum Live-Blog – verschiedene Publikationsformen – zerrissen – sofortige Rückmeldung – Netznutzer ist Gratis-Information gewohnt – Algorithmen helfen bei der Voraussage, was interessant sein könnte (können zweischneidig sein)
Gemeinsamkeiten	<ul style="list-style-type: none"> – gründliche Recherche bleibt wichtig – Quellenschutz – klare, transparente Haltung 	

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 mal 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 auf der Straße nicht 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 Urlaubsbilder 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 Modedesigner 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, entstünden keine Kosten. Im Gegenteil, man handle ein „marktübliches Honorar“ mit 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 die passenden, 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 Erster 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 Dateitypen oder Geodaten 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 irgendein Syrer auf der Straße, entblößt und mit zitterigen Worten, die Situation in einem grobkörnigen Video beschreibt, ist das inzwischen viel wahrhaftiger als ein mustergültiger, 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 vor, Falschmeldungen 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. Schmidt. <https://www.sueddeutsche.de/medien/zukunft-des-journalismus-nachrichtenmacher-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 Hörfunk- und Fernsehprogramme sowie einen Internetchatdienst betreibt

Aufgaben

1. Erläutern Sie an einem Beispiel, was mit „Nachrichtenmacher 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“, der sich mit neuen Formen des Journalismus befasst:

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



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