

Bernhard Pörksen / Andreas Narr (Hrsg.)

# Die Idee des Mediums

Reden zur Zukunft des Journalismus

edition medienpraxis

### **Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek**

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

Bernhard Pörksen / Andreas Narr (Hrsg.)

*Die Idee des Mediums.*

*Reden zur Zukunft des Journalismus*

edition medienpraxis, 12

Köln: Halem, 2015

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Drucklegung dieses Bandes wurde durch folgende Förderer ermöglicht: Universitätsbund Tübingen und Kreissparkasse Tübingen

<http://www.editionmedienpraxis.de>

© Copyright Herbert von Halem Verlag 2015

**Print:** ISBN 978-3-86962-146-3

**E-Book (PDF):** ISBN 978-3-86962-147-0

**E-Book (EPUB):** ISBN 978-3-86962-148-7

ISSN 1863-7825

REDAKTION: Kati Trinkner und Judith Schächterle

UMSCHLAGGESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINIDR s.r.o., Tschechische Republik

Copyright Lexicon © 1992 by The Enschedé Font Foundery.

Lexicon ® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundery.

Frank Schirrmacher gewidmet  
(1959 - 2014)

# Inhaltsverzeichnis

Die fatale Stille. Die Geistes- und Sozialwissenschaften brauchen die Qualitätsmedien – aber setzen sich nicht ausreichend für sie ein. Ein Vorwort. VON BERNHARD PÖRKSEN	9
ULRICH DEPPENDORF Die gnadenlose Republik. Das Verhältnis von Journalismus und Politik	20
MATHIAS DÖPFNER Abschied vom Pessimismus. Warum der Journalismus von der digitalen Revolution profitiert	44
HANS LEYENDECKER Die Zukunft der Enthüllung. Wut, Macht, Medien – Wo bleibt die Aufklärung?	68
GIOVANNI DI LORENZO Vierte Gewalt oder fiese Gewalt? Die Macht der Medien in Deutschland	92
MIRIAM MECKEL Die Glühlampen des Netzzeitalters. Journalismus: die Zukunft eines lebhaft totgesagten Berufs	110

FRANK SCHIRRMACHER

Die Idee der Zeitung.

Wie die digitale Welt den Journalismus revolutioniert 122

CORDT SCHNIBBEN

Breaking News.

Aus der Kritik an der Zeitung eine Zeitung machen 146

ALICE SCHWARZER

Eine Frage der Haltung.

Plädoyer für einen Journalismus aus Leidenschaft 160

ROGER WILLEMSSEN

Das blinde Medium.

Rede zur Lage des Fernsehens 182

Gedanken zu einem Experiment.

Die Tübinger Mediendozentur. Ein Nachwort 214

VON ANDREAS NARR

Quellen und Entstehungskontext 218

Bildnachweise 219



BERNHARD PÖRKSEN / ANDREAS NARR (Hrsg.)

## Die Idee des Mediums. Reden zur Zukunft des Journalismus

*edition medienpraxis*, 12

2015, 224 S., 9 Abb., Hardcover,

190 x 120 mm, dt.

EUR(D) 19,80 / EUR(A) 19,95 / sFr. 33,00

ISBN 978-3-86962-146-3

Die Lage ist paradox: In einer Phase ökonomischer Schwäche, in einem Moment sinkender Anzeigenerlöse und erodierender Geschäftsmodelle sind Medien so mächtig wie noch nie. Aber diese Macht hat ihr institutionelles Zentrum verloren. Sie besitzt keinen festen Ort, denn Medien sind längst überall, sie durchdringen den Alltag, haben sich zeitlich und räumlich entgrenzt und befinden sich in den Händen aller. Heute entsteht die neue Macht der Medien in einem plötzlichen aufschäumenden Wirkungsnetz aus Schlagzeilen, Blogbeiträgen, frei flottierenden Dokumenten und Daten und der gerade aktuellen Wutwelle, die durch die sozialen Netzwerke rauscht. Der schrille Ton, die hastig auf den Effekt getrimmte Attacke, der atemlose Wettlauf um Quoten und Auflagen verändert das Debattenklima der Republik, trivialisiert die Politik und verwandelt alle Beteiligten in Getriebene, die kollektiv unter dem Nachrichten-Stakkato und den Temposchäden des digitalen Zeitalters leiden. Wie lässt sich, so lautet die Kernfrage, in dieser Situation die Idee des Mediums neu bestimmen? Welche Form medialer Vermittlung begünstigt Qualität? Brauchen wir einen entschleunigten Journalismus? Auf welche Weise lässt sich das Überleben der Qualitätszeitungen sichern? Und wie bewahrt sich der Journalismus jene kritisch-kreative Unberechenbarkeit, die ihn unersetzbar macht?



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

