

PRIX DE
SOLEURE
NOMINIERT
2018

Die Vierte Gewalt

Ein Film von Dieter Fahrer
mit Der Bund, Echo der Zeit,
watson, Republik

Kinostart: 8. Februar
2018



Ich bin ohne moderne Medien aufgewachsen, nur die Zeitung lag täglich auf dem Tisch.

Doch das ist lange her, und seit der Erfindung des Internet hat sich alles verändert: Nachrichten sind in unendlicher Fülle überall und jederzeit verfügbar – das Meiste erst noch gratis. Und weil immer weniger Leute gewillt sind, für Qualitätsjournalismus zu bezahlen, stehen die Redaktionen unter Druck: Stellenabbau und journalistischer Einheitsbrei sind nur zwei der gravierenden Folgen.

Das Vertrauen in die Journalistinnen und Journalisten hat arg gelitten: «Lügenpresse», «Fake News», «Staatsmedien», «Filterblase», sind Wertungen und Phänomene, die den Journalismus unserer Tage erschüttern. Die Kritik am Journalismus hat gute Gründe, aber sie hat auch System, weil politisch und wirtschaftlich interessierte Kreise ihre Ziele in einem Klima der Verunsicherung noch besser durchsetzen können. Die Unabhängigkeit der Medien ist in Gefahr. Nicht nur in der Türkei oder in Polen, auch in der Schweiz.

Doch sind die heutigen Journalistinnen und Journalisten tatsächlich so schlecht wie ihr Ruf? In diesem Film begleite ich sie im Alltag, sehe wie sie kämpfen, wie sie sich anpassen müssen, und ich tue das, was auch sie tun: Ich beobachte, frage und hinterfrage – auch mich selbst.

Auch ich bin nicht mehr nur Leser, sondern auch «User» – und ich werde «ge-used».

«Die Vierte Gewalt», «Die vierte Macht» oder «Die publikative Gewalt» werden als informelle Begriffe für die öffentlichen Medien (wie Presse, Radio und Fernsehen) verwendet.

Die Gewaltenteilung zwischen Legislative, Exekutive und Judikative, die eine wichtige Grundlage für jede Demokratie bildet, wird ergänzt durch die Medien. Eine der wichtigsten Aufgaben des Journalismus ist die Kritik der Macht. Journalismus soll über das aktuelle Geschehen berichten, sich dabei streng an die Fakten halten und seinem Publikum eine breite gesellschaftliche und politische Orientierung vermitteln. Erst dadurch kann ein gesellschaftlicher Diskurs entstehen. Der Wettbewerb der besten Argumente ist in einer direkten Demokratie von fundamentaler Bedeutung, denn nur gut informierte Bürger und Bürgerinnen fällen auch gute Entscheide an der Urne.

Im Altersheim verbringen meine betagten Eltern einen gemeinsamen Nachmittag. Mein Vater sieht nur noch verschwommen, doch er zeichnet und malt noch jeden Tag. Dazu liest meine Mutter aus der Tageszeitung DER BUND vor, die sie seit 60 Jahren abonniert haben.

Noch riecht es nach Druckerschwärze, und Güterwagen mit tonnen-schweren Papierrollen werden in den Zeitungs-Druckereien täglich entladen. Doch die gute alte Tageszeitung und der traditionelle Leser sind Auslaufmodelle: Es twittert und facebookt, es blogt, verlinkt, multimediat und leserreportert, dass einem Lesen und Sehen vergehen.

Ich bin mit dem BUND aufgewachsen. Er gab mir die Sicherheit, dass das, was geschah, auch wirklich geschah, und dass das, was da geschrieben stand, die Wahrheit war. Wie hätte es sonst auch gedruckt werden können? Später geriet dieser Glaube ins Wanken und alles wurde komplizierter...

In weniger als 50 Jahren bin ich zum digitalen User avanciert. Das ist mein Fortschritt – selbst gewählt habe ich ihn nicht.

Meine filmische Erkundung führt mich auf die BUND-Redaktion, wo man sich trotz wegbrechender Werbe-Einnahmen, sinkender Abozahlen und rigider Verlagspolitik dem Qualitätsjournalismus verpflichtet fühlt.

Auch beim Info-Flaggschiff von Radio SRF, dem ECHO DER ZEIT, ziehen dunkle Wolken auf, denn die No-Billag-Initiative droht die SRG SSR zu vernichten.

Optimistischer sieht man die Zukunft beim rein werbefinanzierten Online-Portal WATSON. Doch selbsttragend ist auch dieses modische Portal noch immer nicht.

Sollen wir auf die REPUBLIK hoffen? Das Medien-Start-up geht am 15. Januar 2018 online, ist werbefrei und hat sich die Rettung des Journalismus auf die Fahne geschrieben.

Manchmal bringe ich meinen Computer mit ins Altersheim und zeige meinen Eltern, was ich auf den verschiedenen Redaktionen erlebt habe. «Schon verrückt, was man heute alles kann», sagt meine Mutter und legt ihre faltigen Hände in den Schoss.

Dieter Fahrer, im Dezember 2017





Der Bund TAMEDIA AG

DER BUND wurde vom Solothurner Buchhändler Louis Jent gegründet und erschien erstmals am 1. Oktober 1850 in einer Auflage von rund 1'000 Exemplaren in Bern. Es war ein erklärtes Ziel der Zeitungsmacher, den demokratischen Diskurs im zwei Jahre zuvor gegründeten Bundesstaat mit einer parteiunabhängigen Stimme zu stärken.

1911 zieht die BUND-Redaktion aus der Altstadt ins neue BUND-Haus am Hirschengraben. Die Auflage beträgt nun schon über 20'000 Exemplare.

Nachdem die Nazis im Deutschen Reich die Macht an sich gerissen haben, werden Schweizer Zeitungen zu einer wichtigen, weil unzensurierten Informationsquelle. Hitler persönlich lässt den BUND 1934 verbieten.

1976 wird die letzte Zeitung mit Bleibuchstaben gesetzt. DER BUND führt als erste Zeitung Europas den Fotosatz ein.

In einer verlegerischen Odyssee wechselt DER BUND ab 1993 mehrmals den Besitzer und wird nur dank breiten Protesten nicht mit der BERNER ZEITUNG fusioniert.

Seit 2007 gehört DER BUND der TAMEDIA und seit 2009 besteht eine enge redaktionelle Zusammenarbeit mit dem TAGES-ANZEIGER: DER BUND bezieht die ganze Auslandberichterstattung, Teile der Innenpolitik, der Wirtschaft, des Sports und der Kultur sowie das MAGAZIN vom TAGES-ANZEIGER. Eine gemeinsame Bundeshausredaktion in Bern unter BUND-Ägide berichtet für beide Titel über die Bundes-



politik. Seither ist DER BUND keine Vollredaktion mehr und nur noch etwa ein Viertel aller Inhalte wird von Bern aus produziert. 2016 beschliesst TAMEDIA eine umfassende Kooperation für Ausland-Inhalte mit der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG.

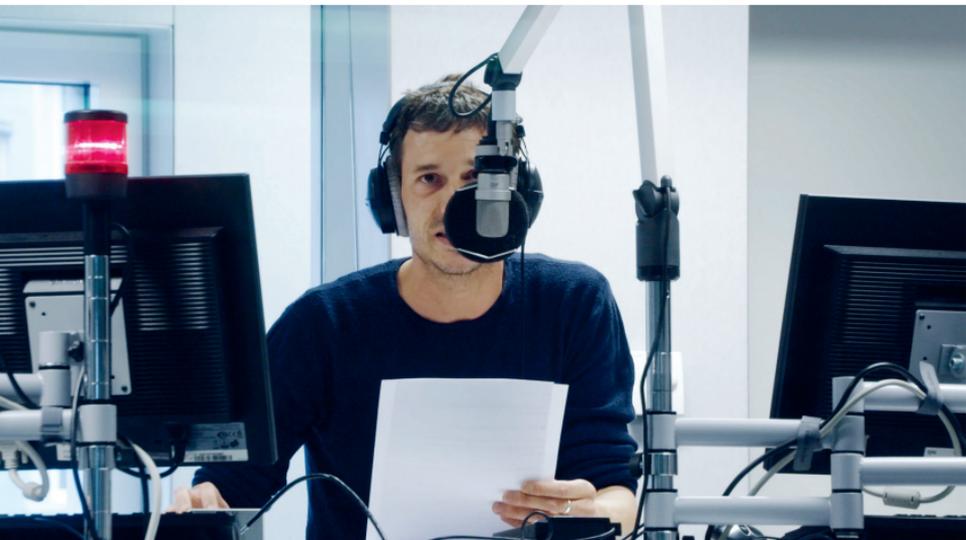
Obschon TAMEDIA jährlich Gewinne in dreistelliger Millionenhöhe verbucht, werden ab 2018 alle Deutschschweizer Redaktionen in «Kompetenzzentren» zusammengeführt. BUND und BERNER ZEITUNG bleiben als Titel bestehen und übernehmen beide den TAMEDIA-Mantelteil. Die Branche und zahlreiche Abonnenten befürchten einen «Einheitsbrei».

«Ich habe das Gefühl, dass sich der Journalismus ganz stark verbessert hat.»

Patrick Feuz, Chefredaktor
DER BUND

«Der Begriff Wissen weicht sich völlig auf. Heute ist wissen und googeln dasselbe.»

Marc Lettau, Redaktor Ressort Bern
DER BUND



«Wir sind uns nicht bewusst, was mit der Digitalisierung alles auf uns zukommt – und dass nicht alle nur Gutes damit im Sinn haben.»

Samuel Wyss, Moderator
ECHO DER ZEIT

«Radio hat eine emotionale Komponente, aber für uns ist ein Thema nicht einfach ein Thema, nur weil es emotional ist.»

Judith Huber, Produzentin
ECHO DER ZEIT

Echo der Zeit

RADIO SRF/SRG SSR

Im Jahr 1931 wird die SRG gegründet und die Mittelwellen-Landessender BEROMÜNSTER (Deutschschweiz), SOTTENS (französischsprachige Schweiz) und MONTE CENERI (italienischsprachige Schweiz, 1933) werden in Betrieb genommen.

Mit der Kriegsmobilmachung 1939 wird die Konzession der SRG sistiert und das Radio direkt der Aufsicht durch die Bundesbehörden unterstellt. Landesregierung und Armeespitze setzen das Radio gezielt als Medium für die Information der Bevölkerung in der Schweiz ein. Nach dem Zweiten Weltkrieg erhält die SRG die Konzession wieder zurück. Keine sechs Wochen nach den Atombombenabwürfen auf Hiroshima und Nagasaki, am 17. September 1945, geht ECHO DER ZEIT erstmals auf Sendung.

Mit seinem weltweit gut verankerten Korrespondentennetz vertieft ECHO DER ZEIT die wichtigsten Ereignisse im In- und Ausland. Die renommierte politische Sendung des gebührenfinanzierten RADIO SRF wird von einer halben Million Hörerinnen und Hörern täglich empfangen. Sein Podcast wird mehr als 320'000 Mal pro Monat heruntergeladen und ist damit der beliebteste Podcast der Schweiz.

Doch ECHO DER ZEIT und die SRG SSR als Ganzes sind bedroht, denn die NO-BILLAG-Initiative will ein vollständiges Verbot der Gebührensfinanzierung.

Am 4. März 2018 entscheidet das Volk an der Urne über die Zukunft des viersprachigen Radio- und Fernsehprogramms. Bei Drucklegung dieses Booklets ist der Ausgang dieser wegweisenden Volksabstimmung noch völlig offen.



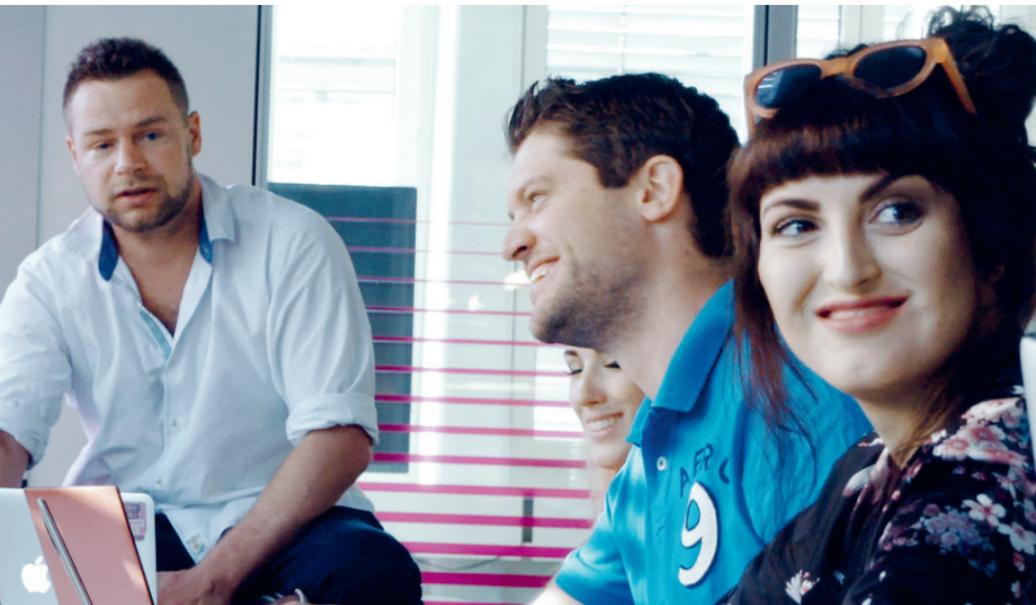
WATSON FixxPunkt AG

Das Online-Newsportal WATSON wird 2013 von Hansi Voigt, dem Aargauer Verleger Peter Wanner und dessen AZ-Medien gegründet. Die Erstfinanzierung beträgt 20 Millionen Franken. WATSON startet am 22. Januar 2014 seinen Auftritt im Netz. Mit SPIEGEL ONLINE besteht eine Medienpartnerschaft.

WATSON definiert bei der Lancierung seine Zielgruppe als: *weiblich, 25-jährig, mobil, mit Migrationshintergrund, Maturaabschluss, mit Tattoos geschmückt*. Mit einem Mix aus News und Unterhaltung will WATSON mobile User ansprechen, die den Medien verloren gehen, weil sie sich vor allem in sozialen Netzwerken aufhalten.

Anfang 2017 hat WATSON einen Millionenbetrag für eine Werbekampagne aufgewendet und will die Gewinnschwelle 2019 erreichen. WATSON ist rein werbefinanziert und erreicht inzwischen 1,3 Millionen Unique Clients pro Monat. Die Verlegerfamilie Wanner ist vom Erfolg überzeugt und investiert weitere Millionen.

WATSON hat seine Marke und die Technologie nach Deutschland lizenziert. Im Frühjahr 2018 geht WATSON.DE mit eigener Redaktion online.



«Der Informationsfluss ist quasi explodiert,
aber ich bin so aufgewachsen, und
spüre es nicht. Ich glaube, meine Generation
«surft» irgendwie gefilterter.»

Rafaela Roth, Leiterin Team Reporter
WATSON

REPUBLIK

Unterstützen Sie uns jetzt: www.republik.ch



DIE VIERTE GEWALT

Wir sind völlig «overnewsed». Das ist ein absolutes Merkmal des Medienzeitalters.

Christof Moser, Co-Gründer
REPUBLIK

Es ist eine wichtige Aufgabe des Journalismus, die Leute mit der Welt zu versöhnen, indem sie einen Sinn bekommt.

Constantin Seibt, Co-Gründer
REPUBLIK

Republik

REPUBLIK AG und PROJECT R Genossenschaft

Am 6. Oktober 2016 setzt der Journalist Constantin Seibt einen Tweet ab, der in der Medienszene für Aufruhr sorgt: *Dann und wann braucht es eine kleine Rebellion. In der Politik. Beim Wetter. Und im Journalismus. Es ist Zeit, dass sich die Journalisten unabhängig machen und der Journalismus unabhängig von den Grossverlagen existieren kann. Und ein Modell dafür schafft man nur gemeinsam – oder gar nicht.*

Zusammen mit Christof Moser und einem engagierten Kernteam plant Seibt ein werbefreies Online-Magazin. PROJECT R, wie das Start-up sich vorerst nennt, kann schon bald ankündigen, dass potente Investoren bereit sind, 3,5 Millionen in den Aufbau des Projekts zu investieren. Die Journalismus-Rebellen gehen die Wette ein, nur zu starten, wenn es ihnen gelingt mit einem Crowd-Funding 750'000 Franken zu generieren.

Am 12. April 2017, am Jahrestag der 1798 in Aarau ausgerufenen Helvetischen Republik, wird der Name des geplanten Nachrichtenportals bekanntgegeben: REPUBLIK.

Am 26. April 2017 startet das Crowd-Funding und schon nach 7,5 Stunden haben die – nicht mehr ganz so jungen – Jung-Publizisten das anvisierte Ziel erreicht. Bis zum Ende des Crowd-Funding haben 13'845 Abonnenten eine Gesamtsumme von 3,4 Millionen Franken einbezahlt und sind durch ihre Beteiligung auch Verleger und Verlegerinnen geworden.

Die REPUBLIK geht am 15. Januar 2018 mit «Journalismus ohne Bullshit» online.

Ethische Regeln
für den Journalis-
mus

Auch die Medien brauchen Regeln. Und man ist versucht, diese möglichst einfach zu definieren, wie es z. B. der SPIEGEL-Gründer Rudolf Augstein mit dem Titel seines 2003 publizierten Buchs gemacht hat: *Schreiben, was ist*.

Dieses Motto wurde in der Schweiz von Christoph Blocher übernommen und dann auch von WELTWOCHE-Chefredaktor Roger Köppel abgekupfert. Es klingt gut, dieses Motto, aber es ist auch gefährlich, denn es propagiert eine Objektivität, die es so gar nicht gibt. So wird das Schreiben schnell einmal zum Vorschreiben, das keinen Widerspruch duldet.

Die Komplexität der Geschehnisse und die unendlichen Möglichkeiten, diese wahrzunehmen, einzuordnen und damit auch zu werten, lässt sich nicht auf die drei Worte Augstein's herunterbrechen. Sie mögen allenfalls als Buchtitel taugen.

Als Akt der Selbstbestimmung hat sich der SCHWEIZER PRESSERAT der komplexen Aufgabe der Schaffung eines Regelwerks für JournalistInnen angenommen. *Seine Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten* umfasst 11 Seiten und wird flankiert vom Ratgeber *Was Medienschaffende wissen müssen*, der in 67 Kapiteln Klarheit zu schaffen versucht, denn: *Das Publikum erwartet Fairness, Verlässlichkeit und Redlichkeit. Dies setzt die Einhaltung ethischer Regeln voraus.*

1972 verabschiedet der VERBAND SCHWEIZER PRESSE den Schweizer Journalistenkodex» (Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalisten) und 1977 setzt er den SCHWEIZER PRESSERAT ein.

Anfang 2000 treten die KONFERENZ DER CHEFREDAKTOREN, das SCHWEIZER SYNDIKAT MEDIENSCHAFFENDER und die Gewerkschaft COMEDIA dem PRESSERAT bei.

Seit Juli 2008 gehören der Trägerschaft auch die Verlegerverbände und die SRG an.

Gestützt auf sein Geschäftsreglement werden Fälle aus berufsethischer Perspektive beurteilt. Der PRESSERAT behandelt Fälle aus allen Medien, sofern sich eine Beschwerde auf den redaktionellen Teil bezieht. Beschwerdeberechtigt ist Jedermann.

Der PRESSERAT hält in seinen Stellungnahmen fest, ob der Journalistenkodex verletzt wurde. Er kann den Medienschaffenden keine Sanktionen auferlegen. Die Redaktionen sollten aber zumindest über diejenigen Entscheide des Presserates berichten, die sie selber betreffen.

Was Medienschaffende wissen müssen: Fragen und Antworten, Regeln und Beispiele

Recherchieren

1. Gibt es «verbotene» Themen?
2. Habe ich Anspruch auf staatliche Informationen?
3. Besteht Anspruch auf Informationen aus privaten Quellen?
4. Was tun bei einem Informationsboykott?
5. Wann darf ich vertrauliche Informationen enthüllen?
6. Wie gehe ich mit Informanten um?
7. Darf ich ein Gerücht veröffentlichen?
8. Darf ich Verdächtigungen publizieren?
9. Wie gehe ich mit anonymen Quellen um?
10. Wie öffentlich ist das Internet?
11. Muss ich mich als Journalist ausweisen?
12. Wann darf ich verdeckt recherchieren?
13. Darf ich Informationen bezahlen?
14. Wie recherchiere ich in Schulen, Spitalern, Heimen?
15. Wie befrage ich Jugendliche?
16. Wie verhalte ich mich bei unfriedlichen Demonstrationen?

Interview, Recherchegespräch, Meinungsumfragen

17. Welche Regeln gelten bei Interviews und Recherchegesprächen?
18. Wann und wie sind Antworten zu autorisieren?
19. Muss ich im Interview kritisierte Personen anhören?
20. Wie gestaltet eine Redaktion ihre Meinungsumfragen?

Anhören bei schweren Vorwürfen

21. Muss ich bei schweren Vorwürfen die Betroffenen anhören?
22. Wen muss ich bei schweren Vorwürfen anhören?
23. Wie konkret ist der schwere Vorwurf zu unterbreiten?
24. Wann sollte die Anhörung spätestens stattfinden?
25. Muss ich bei Medienkonferenzen auch andere Meinungen berücksichtigen?
26. Wann darf ich aufs Anhören ausnahmsweise verzichten?
27. Was gilt, wenn der Vorwurf nicht neu ist?
28. Anhören bei heftiger Kritik an gesellschaftlichen Akteuren?
29. Entfällt die Anhörung bei Kritik aus offiziellen Quellen?

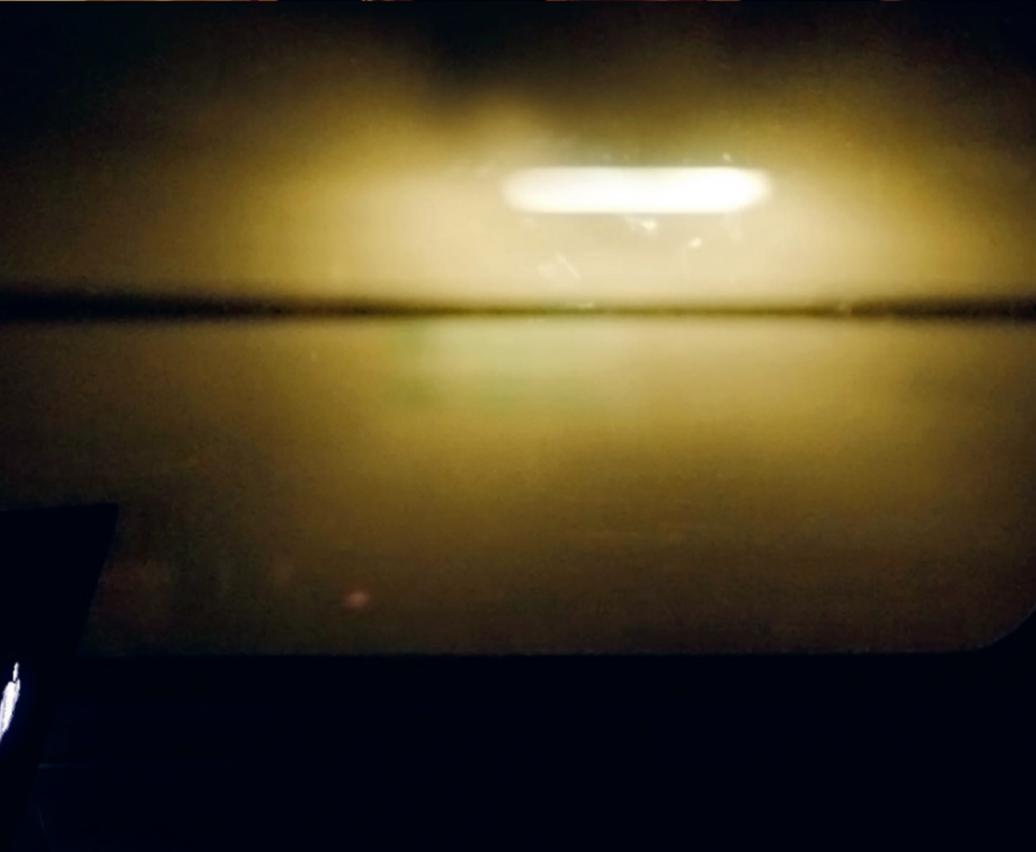
Sperrfristen, Plagiat

30. Wann sind Sperrfristen zu respektieren?
31. Was tun, wenn ich die Sperrfrist brechen will?
32. Was ist ein Plagiat?

«Objektiv» berichten, «ausgewogen» kommentieren?

33. Muss ich «objektiv» und «ausgewogen» berichten?
34. Was bedeutet «Wahrheitssuche»?
35. Muss ich Agenturmeldungen und Medienmitteilungen überprüfen?
36. Muss ich Fakten und Kommentar trennen?
37. Polemische Kommentare – wie scharf schiesse ich?
38. Dürfen Satire, Glosse und Karikatur «alles»?







Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft

vom 18. April 1999 (Stand am 14. Juni 2015)

Präambel

Im Namen Gottes des Allmächtigen!

Das Schweizervolk und die Kantone,

in der Verantwortung gegenüber der Schöpfung,

im Bestreben, den Bund zu erneuern, um Freiheit und Demokratie, Unabhängigkeit und Frieden in Solidarität und Offenheit gegenüber der Welt zu stärken,

im Willen, in gegenseitiger Rücksichtnahme und Achtung ihre Vielfalt in der Einheit zu leben,

im Bewusstsein der gemeinsamen Errungenschaften und der Verantwortung gegenüber den künftigen Generationen,

gewiss, dass frei nur ist, wer seine Freiheit gebraucht, und dass die Stärke des Volkes sich misst am Wohl der Schwachen,

geben sich folgende Verfassung¹:

Art. 16 Meinungs- und Informationsfreiheit

¹ Die Meinungs- und Informationsfreiheit ist gewährleistet.

² Jede Person hat das Recht, ihre Meinung frei zu bilden und sie ungehindert zu äussern und zu verbreiten.

³ Jede Person hat das Recht, Informationen frei zu empfangen, aus allgemein zugänglichen Quellen zu beschaffen und zu verbreiten.

Art. 17 Medienfreiheit

¹ Die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderer Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist gewährleistet.

² Zensur ist verboten.

³ Das Redaktionsgeheimnis ist gewährleistet.



SVP-Fraktionschef Adrian Amstutz winkt mit der Bundesverfassung

von willi heffenberger



Freiheit

Meinungs-, Informations- und Medienfreiheit gehören zu den grossen Errungenschaften der Aufklärung und sind auch in der *Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft* prominent verankert. Doch was als freiheitliches Grundrecht sehr einfach klingt, ist längst nicht immer gewährleistet. Freiheit ist kein Besitzstand. Sie bedarf unserer steten Wachsamkeit, denn wo Freiheit garantiert wird, gibt es immer auch Kräfte, die diese Freiheitsrechte untergraben wollen.

Auch die Möglichkeiten der modernen Medien wissen diese Interessensgruppen immer besser zu nutzen, und die Bewirtschaftung unserer Aufmerksamkeit durch Wirtschaft und Politik ist messbar geworden: Klick für Klick wird der User als Client registriert, wird sein Internetkonsum über Visits und Page Impressions statistisch erfasst, auch mit Blick auf die Konkurrenz. Denn da, wo die grösste Aufmerksamkeit der User hinget, da platzieren die Werber ihr Geld. So einfach ist das und geschieht doch immer mehr auch versteckt, denn Werbung weiss sich immer besser zu tarnen, über Sponsoring, Publi-Reportagen und Native Advertising, die nicht mehr auf den ersten Blick als Werbung zu erkennen sind.

Auch Politiker haben gelernt, sich medienwirksam zu inszenieren. Dabei werden sie unterstützt durch ein Heer von Kommunikationsspezialisten und Lobbyisten (häufig sind dies ehemalige Journalisten, welche die Seite gewechselt haben).



Live-Ticker und Live-Stream

Die Nachrichtenportale tickern um die Wette, doch es gibt noch ein anderes Live-Format, das uns die grosse weite Welt via Internet in die Stube bringt: Der Live-Stream. Web-Cams, die diesen lebendigen Bilderstrom in Realzeit ins Netz fliessen lassen, gibt es mittlerweile überall. Sie zeigen Sportveranstaltungen, politische Debatten, die Wetter- und Schneeverhältnisse im Skigebiet, den Times-Square in NYC bei Tag und bei Nacht, aber auch Private und Kleinunternehmen haben die Live-Kamera entdeckt (ganz zu schweigen von den Geheimdiensten).

Und, ich gebe es zu: Ich bin ein Voyeur. Darum verfolge ich das Leben auf der Strassenkreuzung in Jackson Hole, an einer Bushaltestelle im russischen Niemandsland, am Flughafen von Hokkaido, oder an einem Imbiss in einer chinesischen Grossstadt.

Was es hier zu sehen gibt, sind keine Nachrichten, auch keine Einordnungsleistung durch Journalisten, jedoch das, was unter den News liegt: Ein Teppich aus Alltag, mit kleinen, scheinbar bedeutungslosen Geschichten.

Douglas Rushkoff

«Unsere Gesellschaft konzentriert sich auf den gegenwärtigen Moment. Wir erleben alles im Live-ticker, in Echtzeit, always-on. Es geht um den Bedeutungsverlust von allem, was nicht gegenwärtig ist – weil der Ansturm von allem, was genau jetzt passiert, so gewaltig ist.»

Douglas Rushkoff,

Present Shock – Wenn alles jetzt passiert (2013)

Hans Magnus
Enzensberger

«Die Hoffnung der Aufklärer, das Los der Menschheit würde sich bessern, je mehr Licht sie ins Dunkel brächten, hat sich erübrigt, seitdem jeder, der sich nicht fortwährend Augen und Ohren zuhält, über alles, was der Fall war, ist oder eventuell sein könnte, unentwegt informiert wird. Nun sind aber Aufmerksamkeit, Empathie und Empörung Ressourcen, die umso knapper werden, je mehr ihre Ausbeutung zunimmt. Kaum jemand ist imstande, das, was ihm mitgeteilt wird, zu fassen, zu verarbeiten oder gar zu verantworten. Die Ohnmacht des Mitwissers nimmt mit der Menge der Informationen zu.»

Hans Magnus Enzensberger

Von den Tücken der Transparenz (2012)



29/07/2017 14:36:04

зупинка **ВИГІН**



«Die Welt wird komplizierter, auch turbulenter. Der Wandel gibt grad Gas. Und wir fragen, mal genervt, mal neugierig: Sind wir Piloten des Wandels – oder bloss Passagiere?»

Ludwig Hasler
persönlich 12/16

Nachrichten,
Wirklichkeit,
Verantwortung

Nachrichten aus nah und fern haben die Menschen schon immer interessiert. Sie bilden die Grundlage für die Sichtweisen der Menschen, für ihre Entscheidungen und Ziele. Information ist der Kitt der

Gesellschaft und indem wir uns mitteilen, lassen wir andere Anteil nehmen an dem, was uns bewegt und was wir wissen. Über Jahrtausende haben sie sich von Mund zu Ohr weiterverbreitet. Erst mit der Erfindung von Druckverfahren, in Asien bereits im 8. Jahrhundert und in Europa durch Gutenberg im 15. Jahrhundert, konnten Informationen präzise festgehalten, vervielfacht und verkauft werden.

Doch bis zur zeitnahen Übermittlung von Ereignissen sollte es noch dauern. Ab 1837 entwickelte Samuel F.B. Morse den ersten brauchbaren Schreibtelegraphen. Am 24. Mai 1844 übermittelte er von Washington nach Baltimore eine erste Testnachricht und er wählte dafür eine Frage aus der Bibel: *What hath God wrought?*, auf Deutsch: Was hat Gott erschaffen? Es muss Morse wohl bewusst gewesen sein, dass diese grosse Frage sich nicht mit ein paar Morsezeichen beantworten lässt. So steht am Anfang der Telegrafie die Kapitulation des Menschen vor der Komplexität der Wirklichkeit, bzw. die Verbeugung vor einer höheren Macht, die diese Wirklichkeit erschaffen hat.

Erstmals verwendet wurde der deutsche Begriff «Wirklichkeit» von Meister Eckhart (1260 – 1327) um die unterschiedlichen Ebenen zu beschreiben, auf denen göttliche Wirklichkeit sich dem Menschen zeigt.

Die Wirklichkeit unserer Tage ist jedoch in der Wahrnehmung der meisten Menschen keine göttliche mehr, sondern eine Mensch-gemachte, die

uns fordert, zunehmend überfordert, und die wir auch selbst zu verantworten haben.

Diese Verantwortung zu ermöglichen, die Suche nach Antworten auf die grossen Fragen zu beflügeln, das müsste letztlich eines der wichtigsten Ziele des Journalismus sein. So könnte er dazu beitragen, dass die Öffentlichkeit, die Gesellschaft, oder – für mich noch passender – die Gemeinschaft zu einer verantwortungsvollen Lebensweise findet. Letztlich geht es um Ethik. Und obschon Ethik in den Ohren des Zeitgeists nicht sexy klingt, dürfen wir ihre Auslegung nicht den Ethikkommissionen der Konzerne überlassen. Zu oft sind diese nur der verlängerte Arm der PR-Abteilung, wollen also reinwaschen, was an unethischem Geschäftsgebahren den Zielen ihrer Unternehmen dient.

Ethik müsste wieder vermehrt zum Kern der gesellschaftspolitischen Debatten werden, an denen wir alle teilnehmen. Wir sind ja der Souverän, die höchste Instanz unserer Demokratie also, auf die sich die politischen Repräsentanten bei der Legitimierung ihrer Arbeit so gerne berufen.

Deshalb sollte auch die Frage erlaubt sein: Wie souverän ist denn der Souverän? Sind wir nicht alle korrumpiert durch unseren Wohlstand? Das wollen wir doch alle, dass es in der Schweiz auch in Zukunft immer noch «ä chly obsi geit». Ist das unser wichtigstes gemeinsames Ziel? Werden deshalb die meisten Volksentscheide von einer einzigen Sichtweise geprägt: dem Blick auf unseren eigenen Geldbeutel? Wählen wir deshalb jene Volksvertreter, die dieses Ziel fest im Blickfeld haben: mit einer Politik des eidgenössischen Eigennutzes?

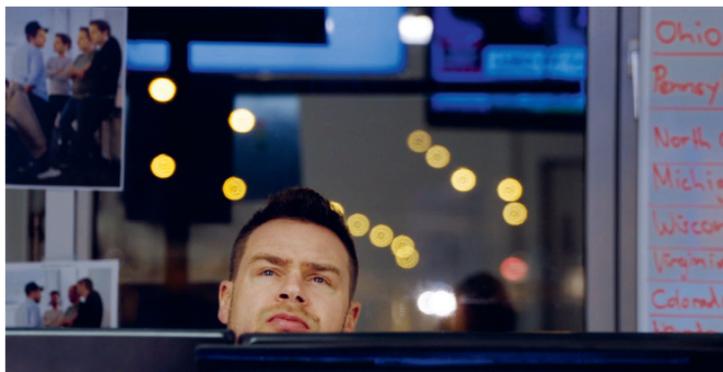


Jürg Sohm, DER BUND



Constantin Seibt, REPUBLIK

Maurice Thiriet, WATSON



Deadline

Constantin Seibt

Wie schreibt man gute Texte? Und so, dass jemand dafür zahlt?

Constantin Seibt, Co-Gründer der REPUBLIK hat dazu von Mai 2012 bis Juli 2014 auf der Website des TAGES-ANZEIGER den Blog Deadline verfasst. 2013 erschien der Blog in Buchform: «Deadline – Wie man besser schreibt».

Die Zitate auf dieser und der folgenden Seite veröffentlichen wir mit freundlicher Genehmigung des KEIN & ABER Verlag.

«Ein Profi recherchiert immer in zwei Richtungen. Nach aussen, was die Fakten sind. Und dann nach innen, ins eigene Herz, was diese Fakten bedeuten.»

«Ladies and Gentlemen,

willkommen an Bord der prächtigen, aber sinkenden Galeere des Printjournalismus. Zwar herrscht in Zeitungen seit Jahrhunderten dieselbe Zeit wie auf dem Meer oder im Totenreich: eine ewige Gegenwart: Aber irgendwann findet auch diese ihr Ende.

Jedenfalls ist es fast Selbstmord, in diesem Gewerbe zu arbeiten, ohne über dessen Zukunft nachzudenken. Die Gründe sind bekannt: Das traditionelle Geschäftsmodell zerfällt. Es bestand darin, Zeitungen an die Leser und die Leser an die Werber zu verkaufen. Nun verschwindet die Werbung ins Netz und die jüngeren Leser auch. Printjournalisten sind längst – wie alternde Schlagersänger – zum grössten Teil in der Seniorenunterhaltung tätig...»

«Ohne den Zauber des Staunens vor der Welt ist Journalismus vor allem Wiederholung. Keinem Menschen von Verstand kann man vorwerfen, dafür nicht zu bezahlen»

«Etwas, was den Journalismus für einige Leute anziehend und für andere instinktiv anrühlich macht, ist seine Doppelnatur.

Wo immer man in diesem Beruf hinschaut, es findet sich Zwielflicht. Etwa, dass seine Ware halb Ware, halb Waffel ist: Information, Wahrheit und Kritik als Unterhaltung. Oder dass sein Personal Neugier und Routine gleichermaßen beherrschen muss, also zwischen Unschuld und Abgefemtheit pendelt. Dass das Neueste, das ein Medium anpreist, für seinen Verkäufer im Augenblick des Verkaufens das Uninteressanteste überhaupt ist: die Nachricht von gestern. Dass eine Redaktion die Telefonnummern aller wichtigen Leute kennen, aber mit niemandem befreundet sein sollte. Dass auch die aufrichtigsten Artikel nur die Rückseite der Kleininserate für Immobilien, Autos und Bordelle sind...»

«...In Redaktionen tobt ein ewiger Kampf: Was tun, um Lesernähe zu erreichen? Eine Standardmethode, sich diesen zu nähern, sind die Ärgernisse des Alltags. Soll man mitschimpfen? Also Artikel darüber veröffentlichen, dass Hunde ein böses Wesen haben, Kinderwagen die Trams verstopfen, Raucher stinken, Handys nerven, Jogger scheussliche Kleidung tragen, Mütter Kleinkinder verhätscheln, Balkongrillen wie eine Rauchbombe für die Nachbarn ist?

Das starke Argument für solche Artikel ist, dass sie gelesen werden. Und Fluten von Kommentaren erzeugen. Das nennt die Redaktion dann: Eine Debatte auslösen.

Meine Empfehlung ist hingegen: Nein. Tun Sie so etwas nie.

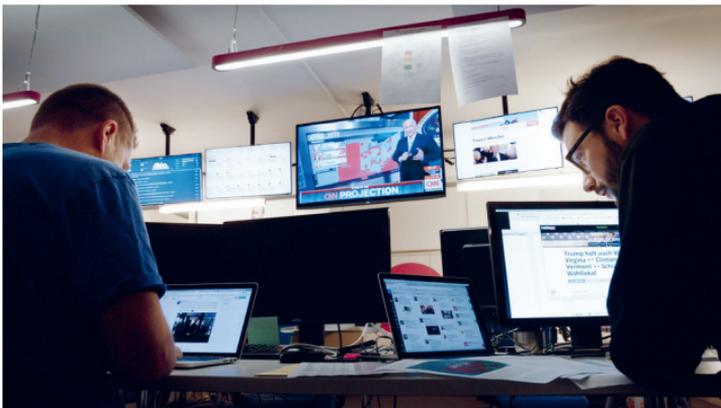
Zwar zünden diese Themen wie ein Strohfeuer. Doch im Kern beruhen sie fast alle auf einer Erniedrigung – meist einer Gruppe. Diese Erniedrigung pflanzt sich dann zuverlässig in der Debatte fort: Es wird hin und her beleidigt. Die Kommentarspalte füllt sich mit einer Kette von kleinen Geschwüren.»



Redaktion DER BUND



Redaktion ECHO DER ZEIT



Redaktion WATSON

Die Vierte Gewalt

mit Margrit und Ernst Fahrler
und

Journalistinnen und
Journalisten

Der Bund

Gianna Blum, Patrick Feuz, Marc Lettau,
Jürg Sohm

Echo der Zeit
watson

Judith Huber, Samuel Wyss
Peter Blunschi, Olaf Kunz, Rafaela Roth,
Madeleine Sigrist, Maurice Thiriet
Christof Moser, Constantin Seibt

Republik

Team

Autor, Regie, 2. Kamera

Dieter Fahrler

Kamera, Color Grading

Christoph Walther trini.pix

Ton, Sound-Design

Balthasar Jucker

Montage

Katharina Bhend

Musik

Philipp Moll

Grafik, Montage-Stage

Sarah Pia, buero-oh.ch

Mitarbeit Off-Texte

Simon Baumann, Felix Tissi

Mischung

Peter von Siebenthal Projektstudio

Übersetzung deutsch

Res Balzli, Alex Rühle

Übersetzung französisch

Pierre Soltermann

Untertitel, Trailer

Aron Nick trini.pix

2nd Unit

Pierre Reischer, Kamera

Fahrerinnen

Nicolas Brunner, Ton

Buchführung

Mira Fahrler, Aurora Markóczy

Web-Design und Social Media

Beat Zürcher, Nicole Keller Dialog AG

Produktion

Anias Hergarten

In Koproduktion mit

Balzli & Fahrler GmbH Filmproduktion

Redaktion

Schweizer Radio und Fernsehen

Urs Augstburger

Mit Unterstützung von

Berner Filmförderung, Bundesamt für Kultur (EDI) Sektion Film, Kulturfonds Suissimage, Ernst Göhner Stiftung, UBS Kulturstiftung, Volkart Stiftung, Stage unterstützt von STAGE POOL FOCAL / Berner Filmförderung, Succès Cinéma BAK, Succès passage antenne SRG SSR, Arbeitsaufenthalt Casa Zia Lina, Elba

Kinokultur in der Schule

www.kinokultur.ch

Verleih Schweiz

www.fairandugly.ch

© 2018, Balzli & Fahrler GmbH, Schweizer Radio und Fernsehen,
Suissimage, SUIISA

Kinodokumentarfilm. 98 Minuten. Bild: Farbe, 16:9.

Ton: Digital 5:1. Schweizerdeutsch. Untertitel: Deutsch, Französisch.





GeriKrebs,
immernoch
Freelance-Journalist
und
-Filmkritiker

«Ob sich die Medien im Umbruch oder in einem Todeskampf befinden, eine Antwort auf diese Frage lässt der so kluge wie un-aufgeregte Dokumentarfilm bewusst offen, und Dieter Fahrers sparsam eingesetztes Voiceover leistet, was auch guter Journalismus neben der reinen Faktenvermittlung macht: Er ordnet ein, vermittelt Haltung und drängt sich dennoch nicht auf.»

www.dieviertegewalt.ch

GRAFIK: SARAH PIA, BUERO-OH.CH



Berner
Filmförderung



Einzelprojekte, Dokumentarfilm, Kinofilm
www.srf.ch

*suisse*image

ERNST GÖHNER
STIFTUNG

UBS Kulturstiftung

VOLKART STIFTUNG

FILM CAL

Balzi

Fahrer

FAIR & UGLY