



CONCOURS CENTRALE•SUPÉLEC

Allemand

MP, PC, PSI, TSI

4 heures

Calculatrice interdite

2021

L'usage de tout système électronique ou informatique est interdit dans cette épreuve.

Rédiger en allemand et en 500 mots (plus ou moins 10%) une synthèse des documents proposés, qui devra obligatoirement comporter un titre. Indiquer avec précision, à la fin du travail, le nombre de mots utilisés (titre inclus).

Ce sujet propose les documents suivants :

- un dessin de presse ;
- un article paru dans *Mitteldeutscher Rundfunk* du 7 novembre 2016 ;
- un extrait d'un article paru dans *Der Tagesspiegel* du 9 octobre 2017 ;
- un extrait d'un article paru dans *Süddeutsche Zeitung* du 26 juin 2017.

L'ordre dans lequel se présentent les documents est arbitraire et ne revêt aucune signification.

Abschied vom aufrechten Gang: Journalismus.



© Götz Wiedenroth - www.wiedenroth-karikatur.de
www.wiedenroth-karikatur.blogspot.com

Evolution des Journalismus

Der Journalist der Zukunft

Mitteldeutscher Rundfunk, 7. November 2016

Wie sieht die Arbeit der Journalisten heute aus? Leichter geworden ist sie nicht, im Gegenteil. Die Veränderungen des Internetzeitalters spüren alle Journalisten. Manche kommen damit zurecht, andere nicht. Eine Betrachtung von Nora Gohlke.

Im Newsroom des Berliner Tagesspiegels bespricht Hendrik Lehmann mit der Chefin der Homepage seine aktuelle Recherche über Lobbyismus in Deutschland. Bilder oder Video? Ohne oder mit Zoom? Sie beraten, wie er sein Thema in den sozialen Netzwerken präsentieren könnte.

Hendrik Lehmann ist ein junger Journalist, der gerade von der Branchenzeitschrift *Medium Magazin* zu den 30 besten Journalisten unter 30 Jahren gewählt wurde. Seine Arbeit als Daten- und Wissenschaftsjournalist zeichnet ihn aus, sowie die multimediale Umsetzung seiner Projekte. Lehmann erklärt: „Mit welchen Medien oder mit welcher Darstellungsform ich arbeite, hängt immer von der Geschichte ab. Wenn es eine Geschichte ist, die besonders bildstark ist, wird sie mit Bildern erzählt. Wir haben eine Geschichte gemacht, da ging es um Klang, also wurde sie mit Audioaufnahmen erzählt. Und wenn es eine Geschichte ist, die sich aus Datensätzen speist, dann wird sie meistens eher mit Datenvisualisierung erzählt. Das machen wir aber immer davon abhängig, auf welche Art sich diese Geschichte am besten vermitteln lässt.“ [...]

Für Journalisten heißt das, dass sich ihre Arbeitsweise teilweise radikal geändert hat. Gab es vor 20 Jahren noch den Fotojournalisten, der seine Filme entwickeln ließ und dann zur Redaktion schickte, macht heute quasi jeder Reporter auch Fotos. Es wird schlicht von allen verlangt. „Die Journalistenausbildung ist heute eine crossmediale Ausbildung, das heißt, junge Leute, die in den Journalismus hineingehen, lernen für das Medium Zeitung zu schreiben, für die Zeitschrift, die lernen Bilder zu machen, sie lernen Videos zu produzieren“, erklärt Gewerkschafter Zoerner. „Sie lernen Hörfunk- und Fernsehbeiträge zu machen und auch zu schneiden. Journalisten, die das nicht können, haben keine berufliche Zukunft.“ [...]

Hendrik Lehmann vom *Tagesspiegel* hat sich auf größere Recherchen spezialisiert und hat dafür oft relativ viel Zeit und ein Team, mit dem er recherchiert und das Material aufarbeitet. Aber was bedeutet die multimediale Arbeitsweise für einen Lokalreporter, der auf seiner Recherche auch Video und Fotos produzieren muss?

Hendrik Lehmann arbeitet seit vier Jahren für den *Tagesspiegel*. Vor einem Jahr wurde er fest angestellt. Seine Spezialisierung hat ihm einen Job verschafft und eine sichere Perspektive – wenn man in dem schnelllebigen Feld der Medien überhaupt von Sicherheit sprechen kann.

Für andere Kollegen bedeutete der digitale Wandel die Kündigung, zum Beispiel bei der *Frankfurter Rundschau*, die 950 Mitarbeiter entließ oder der *Financial Times Deutschland*, die 2012 eingestellt wurde. [...]

Dennoch: Eines gibt es in Zeiten des Schimpfwortes „Lügenpresse“ auch (zurück) zu gewinnen: Das Vertrauen der Leser. Das geht vor allem mit Journalismus, der sich etwas traut und investiert, in gute Recherche und Innovationen – beides nicht immer von vorn bis hinten planbar.

Anfang Oktober hat die scheidende *BBC*-Chefredakteurin Helen Boaden dazu aufgerufen, „Slow Journalism“ zu produzieren – in einer komplexen Welt, die immer schneller wird. Die Antwort kam prompt – und zwar von der britischen Tageszeitung *Guardian*: „Langsam“ sei im Kontext von Nachrichten einfach unangebracht.

Frau Kuhla, Sie haben ein Buch über Fake News geschrieben, das sich an Jugendliche richtet und das auch im Unterricht eingesetzt werden kann. Was verstehen Sie unter Fake News?

Fake News sind Falschmeldungen, die wie echte Nachrichten aussehen und sich über die sozialen Medien verbreiten. Im Unterschied zu versehentlichen Falschmeldungen, wie sie im Journalismus auch passieren, werden sie gezielt verfasst und gestreut, meist mit einer politischen Absicht. Der Begriff wird aber – vor allem in den USA – auch als Beleidigung verwendet, um seriöse Journalisten oder Medien zu diffamieren, ähnlich wie bei uns „Lügenpresse“.

Welche Beispiele für Fake News gibt es?

In Deutschland sorgte 2016 der Fall Lisa für Aufsehen: Ein 13-jähriges deutsch-russisches Mädchen war einen Tag lang verschwunden. Als sie wieder auftauchte, erzählte sie, sie sei von „südländischen Männern“ entführt und vergewaltigt worden. Das stimmte nicht – sie hatte die Nacht bei einem Freund verbracht. Doch die falsche Geschichte von der Vergewaltigung wurde in sozialen Medien und russischen Nachrichten verbreitet und führte zu zahlreichen Protesten. Sogar der russische Außenminister schaltete sich ein und warf der deutschen Polizei vor, Fakten zu vertuschen. So sollte wohl Stimmung gegen Flüchtlinge und die Bundesregierung gemacht werden.

Beim sogenannten Pizza-Gate führten Fake News zu einer Schießerei. Ja, das ist ein Beispiel aus den USA. Im Präsidentschaftswahlkampf wurde das Gerücht verbreitet, Hillary Clintons Team würde im Hinterzimmer einer Pizzeria in Washington einen Kinderpornoring betreiben. Ein Mann aus North Carolina war davon so überzeugt, dass er nach Washington fuhr, in der Pizzeria um sich schoss und rief, er wolle die Kinder befreien. Der wahre Kern des Gerüchts war übrigens, dass Clintons Team in der Pizzeria ein paarmal Essen bestellt hatte.

Was macht Fake News so gefährlich?

Sie sind eine Gefahr für die Demokratie, weil sie das Vertrauen in die Medien aushöhlen, zu Verunsicherung und sogar zur Destabilisierung einer Gesellschaft führen können. Die Medien sind ein wichtiger Ausgleich zu den drei Gewalten im Staat. Sie beobachten Politiker und Institutionen. Wenn den Medien nicht mehr vertraut wird, fehlt eine wichtige Kontrollinstanz zum Beispiel für Regierungen. Und wie man am Pizzagate-Fall sieht, können Fake News auch zu Gewalttaten führen und dazu, dass sich die Stimmung gegen bestimmte Bevölkerungsgruppen oder Einzelpersonen aufheizt. [...]

Wie kann man Fake News erkennen?

Wenn eine Nachricht unglaublich klingt, sollte man sich als erstes fragen, auf welcher Quelle diese Information beruht. Man kann die Webseite oder den Account dahinter checken und schauen, welche Nachrichten darüber sonst geteilt werden und wer im Impressum steht. Dann empfiehlt es sich, zu überprüfen, ob auch andere Medien über den Fall berichten. Dazu müssen Jugendliche aber erst einmal wissen, welche Zeitungen, Sender und Websites für seriösen Journalismus stehen. Auch die Frage, wem die Verbreitung dieser Meldung nützt, kann hilfreich sein. Meldungen, die man anzweifelt, sollte man nicht weiterverbreiten. Halten sich Gerüchte länger, kann man sich an Faktencheck-Teams wenden, die einige Medien eingerichtet haben.

Zu Ihrem Buch wird Unterrichtsmaterial für die Klassenstufen 8 bis 13 angeboten. Dabei lernen Schüler auch, wie Journalismus funktioniert.

Es ist wichtig, dass Schüler – und auch Erwachsene – verstehen, wie Journalisten arbeiten. Viele wissen nicht, nach welchen Kriterien Journalisten Nachrichten auswählen, wie sie recherchieren und welche Regeln für sie gelten.

Sie kritisieren aber auch, dass die Medien Fehler gemacht haben.

Ja, es gibt eine Glaubwürdigkeitskrise, für die die Medien mitverantwortlich sind. Es ist zwar die Natur einer Nachricht, dass sie eher über das Außergewöhnliche berichtet, aber immer wieder wurden Nachrichten überspitzt. Eine Teilschuld trifft auch die Digitalisierung: Nachrichten wurden im Internet größtenteils kostenlos angeboten. Um mehr Klicks zu erzeugen und so durch Werbung Geld zu verdienen, wurden teilweise reißerische Überschriften und Bilder gewählt. Das hat viele Leser enttäuscht und Misstrauen geweckt. Mittlerweile hat sich aber viel geändert.

Das Gespräch führte Sylvia Vogt.

Karoline Kuhla, 31, ist Journalistin und hat unter anderem für die Zeit, den Tagesspiegel und den Spiegel geschrieben. Sie arbeitet als Referentin des Chefredakteurs bei der Zeit.

Mit Technologie zu neuer publizistischer Qualität

Der Journalismus wurde schon totgesagt, dabei ist das Internet für ihn auch eine große Chance. Fünf Anmerkungen zu Technologie und Journalismus.

Von ALEXANDRA BORCHARDT, *Süddeutsche Zeitung*, 26. Juni 2017

[...]

Erstens: Der Journalismus muss Technologie nach Kräften nutzen, sie darf aber kein Selbstzweck sein. Medienhäuser entwickeln sich zu Technologiefirmen, und das ist gut. Dabei werden drei Entwicklungen den Journalismus besonders prägen: der Einsatz von künstlicher Intelligenz, Datenjournalismus und die Analyse von Leserverhalten.

Roboter, die zum Beispiel Sport- oder Börsenmeldungen schreiben, können Journalisten von Routineaufgaben befreien. Damit werden Kräfte freigesetzt, die viel besser bei investigativen Recherchen, Reportagen und komplexen Gedankenspielen aufgehoben sind.

Seitdem zum Beispiel die Nachrichtenagentur AP Meldungen über Quartalsberichte von Firmen automatisch erstellen lässt, hat sie 4000 statt 400 Firmen auf dem Schirm und 20 Prozent an Arbeitszeit gewonnen. Künstliche Intelligenz, heißt es in dem AP-Report *A guide for newsrooms in the age of smart machines*, könne künftig auch bei großen Recherchen wie jener zu den „Panama Papers“ dabei helfen, aus großen Datenmengen Sinn abzuleiten.

Neue Technologien ermöglichen auch andere Erzählformen, zum Beispiel Datenjournalismus oder bieten einen Perspektivwechsel mit Hilfe virtueller Realität. Und sie helfen dabei, die gleichen Themen unterschiedlich aufzubereiten, um damit Lesern aller Altersklassen so zu begegnen, wie sie das gerne hätten: in Text, Bild, Grafik, Ton oder Film, rund um die Uhr oder gebündelt in größeren Abständen, am Wohnzimmertisch, im Auto oder im Bett.

Voraussetzung ist, dass Journalisten in der Ausbildung neue und traditionelle Fähigkeiten gleichermaßen trainieren. Eine Freude an Technik und Daten ist ebenso wichtig wie das, was schon immer gefragt war: genau hinschauen, gut zuhören und selber denken. „Bei uns sind die Ingenieure Bürger erster Klasse“, sagt *Post*-Chefredakteur Baron, und damit meint er: Sie sind keine Zuarbeiter für Journalisten, sondern erfahren im Redaktionsalltag die gleiche Wertschätzung.

Zweitens: Journalisten müssen ihrem Publikum zuhören, aber Haltung zeigen. Die Methoden, um Leser- und Nutzerverhalten zu verstehen, werden immer ausgefeilter. Hinweise darauf, wann jemand aus einem Stück ansteigt und zu welchen Zeiten auf welchen Geräten bestimmte Stoffe besonders gut angenommen werden, sind wertvoll.

Der klügste Text hat keinen Wert, wenn nach drei Sätzen niemand weiterliest. Journalismus sollte unterhaltsam sein, aber das immer als Mittel zum Zweck. Was die relevanten Stoffe sind, muss die Redaktion entscheiden. Ein Fehler wäre, nur auf diejenigen zu hören, die den meisten Krawall machen – das tun schon die Algorithmen der sozialen Netzwerke.

Drittens: Der Journalismus muss an seiner Glaubwürdigkeit arbeiten. Leser trauen den etablierten Medien mehr als den sozialen Netzwerken, aber sie trauen ihnen nicht genug.

Laut Digital News Report, der auf den Angaben von 70 000 Befragten aus 35 Ländern beruht, gesteht im Durchschnitt nicht einmal jeder Zweite den Medien zu, zwischen Fakten und Fiktion unterscheiden zu können. Was Journalisten tun können: Ihr Handwerk erklären, Fehler zugeben und korrigieren. Und ganz wichtig: in ihren Redaktionen und Produkten die Vielfalt der Gesellschaft abbilden.

Viertens: Journalisten müssen rausgehen, recherchieren und erklären. Das klingt banal, ist es aber nicht. Zeitdruck und Sparprogramme in Redaktionen lassen oft keine andere Möglichkeit: Es wird gegoogelt statt recherchiert. Aber wenn alle nur noch googeln, berichten alle das gleiche – und machen sich austauschbar. Irgendwann werden das ohnehin Roboter übernehmen.

[...]