

Zwei Welten prallen aufeinander

Alte“ und „Neue“ Medien trafen beim Medienforum NRW in der vergangenen Woche in Köln aufeinander. So gleich zu Beginn, als ein Blogger auftrat, also jemand, der aus eigener Initiative Wort- oder Bildbeiträge im Internet veröffentlicht.

Der Blogger meinte im Glanze seiner Prominenz, die Verantwortlichen in den TV-Sendern hockten in ihren „Palästen“ wie die Machthaber in den (arabischen) Ländern und nähmen gar nicht wahr, „was um sie herum stattfindet im Internet“. Die WDR-Intendantin und die RTL-Geschäftsführerin konterten, sie seien längst im Internet angekommen.

Da trafen zwei Welten aufeinander: Viele nutzen in Blogs, Facebook und Twitter eine Informationslandschaft, zu der sie zum Teil selbst beitragen – und blenden die herkömmlichen Massenmedien weitgehend aus. Mancher bildet sich dann ein: „Wenn eine Nach-

richt wirklich wichtig ist, erreicht sie mich auch“. Er igelt sich in seinem selbst gebauten Kommunikationsdorf ein, also beispielsweise in den Status-Updates der „Freunde“ bei Facebook.

Wer Zeitungen liest und Nachrichtensendungen hört und sieht,

FORUM MEDIEN

*Werner Schwaderlapp
über Massenmedien
und Internetforen*



erfährt dem gegenüber nicht nur, was seine „Freunde“ für wichtig halten. Er findet Neues, das er nicht gesucht hat und das trotzdem sein Leben sehr bestimmen kann. Die Massenmedien organisieren

eine breite Öffentlichkeit. Internetforen bringen viele begrenzte Teil-Öffentlichkeiten hervor. Eine komplexe und global beeinflusste Gesellschaft braucht aber beides. Die beiden Welten stießen auch in der Behauptung Margot Käßmanns aufeinander, dass Zeitungen Menschen verbinden, soziale Netzwerke (wie Facebook) dagegen nicht. Das geht nun voll an den Erfahrungen und Gefühlen der Netzgemeinde vorbei. Über Twitter kam die Replik: „Sagt wieder einmal jemand, der keine Ahnung hat“.

Ob das die Theologin erreicht hat, wurde nicht berichtet. Ob diese Kolumne jemanden im Kommunikationsdorf erreicht? Wahrscheinlich nicht, außer ein Leser hätte einen Blog, in den er sie übernimmt.

Werner Schwaderlapp ist Professor für Medienmanagement an der Hochschule Fresenius in Köln.