

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
I Revolution der Nachrichtenwelt?	15
1 Nachrichtenprofis hinken hinterher	17
2 Verdrängte Wirklichkeit: Medien dominieren den Alltag	26
3 Medienkrise: falsche Prognosen, neue Chancen	31
4 Roboter drängen ins Nachrichtengeschäft	49
5 „Demokratisierung“ des Journalismus?	54
6 Digitale Medienrealitäten: Web-Giganten und Blogs	64
II Die Besonderheiten der Ware Nachricht	73
1 Wie Nachrichten entstehen	75
2 Standards und Praxis der Nachrichtenprofis	85
3 Die unbekannte Dominanz der Nachrichtenagenturen	106
III Wie kann sich professioneller Journalismus finanzieren?	115
1 Herausforderung im Web: Urheberrecht und geistiges Eigentum	119
2 Lässt sich mit Nachrichten Geld verdienen?	123
3 Die „Frenemies“: Facebook, Google und Twitter	139
4 Journalismus ohne Markt: Subventionen, Stiftungen, Crowdfunding	146
5 Finanzierung von Nachrichtenagenturen: ständiger Balanceakt	152
IV Newskrieg in Deutschland	163
1 Fast eine Kriegserklärung gegen dpa	165
2 Seilschaften, Verschwörungstheorien und juristische Scharmützel	175
3 dpa-Konzepte erregen Aufsehen	183
4 Strategen siegen gegen Hasardeure	188

V	Der erbitterte Kampf um Aufmerksamkeit und Wahrheit	193
1	Die Wahrnehmung der Wirklichkeit	200
2	Antworten auf Komplexität: Emotionalisierung und Skandalisierung	215
3	Ausgedünnte Auslandsnetze: Wenige Reporter für Kriege und Krisen	225
4	Mainstream und Political Correctness	234
5	Die Wut auf Medien und alles andere: Trolle und Shitstorms	245
6	Die „gute Nachricht“	252
7	Wie Politik und Wirtschaft auf Nachrichten Einfluss nehmen	256
VI	Die Zukunft der Nachrichtenagenturen	269
	Nachwort	277
	Danksagung	279
	Anmerkungen	280
	Der Autor	292