

INHALT

Vorwort	11
---------------	----

DAS ENDE DER ZEITUNG

Der wichtigste Mann im globalen Nachrichtengeschäft	23
Wo die Zeitung noch Leser findet, zerstört sie sich selbst	30
Der Computer als Chefredakteur	32
Die Wiederentdeckung des Publikums, als es sich aufdrängt	37
Die Trugschlüsse des digitalen Wandels	38
Was von der Zukunft für die Zeitung übrig bleibt	49
Was unterscheidet analoge, elektrische und digitale Massenmedien?	61
Die existenzielle Katastrophe des neuen Journalismus	68

POLITIK OHNE DEBATTE

Wie Google die Welt sieht und gestaltet	79
Wie wir darüber reden, was uns betrifft	86
Woher wir wissen, was wir diskutieren	102
Die letzten Zeitungsleser	106
Googles und Facebooks Interesse für Politik	108

Was der Journalismus nicht mehr leistet	119
Entzauberung	125
Die nächste schöne neue Welt	134

**WIE WIR DENKEN, WAS WIR FÜHLEN,
WEM WIR VERTRAUEN**

Das Internet als beste und letzte Antwort	141
Googles Augen, Facebooks Ohren, Redaktionen im Silicon Valley	146
Wie Facebook uns behütet	155
Geistiges Eigentum nutzen und schützen	159
Was vom Vertrauen übrig blieb	167
Glaubwürdigkeit und Nutzerverhalten	172
Seriosität als studierte Performance	179
Der Journalist als Aktivist und Zuschauer	185
Humor als neuester und letzter Versuch politischer Berichterstattung	193
Der neue Platz für alten Journalismus	196
Facebook und Google ermitteln Qualität	199
Viel Information, wenig Peinlichkeiten	203
Gefangene der Strudel elektronischer Seen	207
Gefühlter Journalismus	209
Pulitzerpreise oder Klicks	213
Wer die neuen Regeln macht	217
Ein großer Schritt zurück?	222

NACHRICHTENDIÄT

Therapeutischer Nachrichtenkonsum	227
Stefan Niggemeier	238
Konrad Lischka	244
Constanze Kurz	251
Dirk Baecker	257
Kommunikation unter Unbekannten	275

ANHANG

Anmerkungen	279
Literaturverzeichnis	283
Dank	303