



Fake-News, der neue Guttmensch

Aktuell wird gezielt versucht, seriöse Medien und ihre Arbeit als Fake-News zu diffamieren.

Kommentar

••• Von Dinko Fejuli

ENTSACHLICHT. „Ich bin lieber ein Guttmensch als ein Schlechtmensch.“ So antwortete Caritas-Generalsekretär Klaus Schwertner auf meine Frage anlässlich seiner Wahl zum ‚Kommunikator des Jahres‘, ob er denn ein Guttmensch sei. Und er fügte hinzu: Den Begriff dürfe man sich nicht nehmen lassen, auch wenn er natürlich wisse, was manche Menschen – vor allem Politiker – aus diesem gemacht hätten.

Gezielt haben sie den Begriff als Schimpfwort verwendet, Menschen diffamiert und versucht, den Begriff „gut“ hier in einen negativen Umfeld zu drehen.

Und man muss ehrlicherweise zugeben, dass sie zumindest in den Sozialen Netzwerken damit Erfolg gehabt haben.

Niemand bezeichnet sich aktiv und freiwillig als Guttmensch und niemand verwendet den Begriff für jemand anderen in einer positiven Weise.

Wenn, dann wird er verwendet, um jemanden öffentlich zu beschimpfen.

Ähnliches, nur auf einer mehr oder weniger globalen Ebene, passiert mit dem Begriff Fake-News.

Zu Beginn noch ein Begriff, der wahre von falschen Nachrichten zu trennen half, verwenden ihn vor allem – und schon wieder – Politiker, um die Inhalte seriöser Medien als ebensolche Fake-News zu brandmarken.

Prominentestes Beispiel ist der seit heute amtierende US-Präsident Donald Trump. „You are Fake-News“ keifte er bei seiner ersten Pressekonferenz – drei Monate nach seiner Wahl – eine CNN-Journalistin an und verweigerte ihr die Möglichkeit, eine Frage an ihn zu richten.

„Not you“ zischte er sie an, und zeigte mit dem Finger auf andere Kollegen, die eine Frage stellen sollen. Diese Handlungsweise soll seriöse Medien als unseriös brandmarken und die dort arbeitenden Journalistinnen und Journalisten entwerten und entmenslichen.

Das Nächste, der Aufruf, diese Kollegen öffentlich, sagen wir es mal vorsichtig, zu „konfrontieren“, ist seitens Trump übrigens auch schon erfolgt.

Eine Methode, die uns allen bekannt sein sollte.

”

Wir sagen ganz klar: Wir wollen nicht entscheiden, was die Wahrheit ist. Und ich glaube, niemand will, dass wir das tun.“

Zitat des Tages

Facebook-Geschäftsführerin Sheryl Sandberg



Von negativen Nachrichten

Gianna Schöneich

Manche Wochen haben es in sich. Kaum passiert etwas Positives in der Welt, folgt etwas Schlechtes. Diese Woche erfreut vor allem, dass Chelsea Manning, WikiLeaks Informantin, schon im Mai aus dem Gefängnis kommen wird. Ebenfalls raus ist Erwin Pröll, der Flughafen Wien wird wohl auch nicht 2017 fertig, die Nationaldemokratische Partei Deutschlands wird als verfassungsfeindlich abgestempelt, aber nicht verboten, Bomben treffen falsche Ziele, Sobotka scheint den Zynismus für sich zu entdecken, und Trump will weiter twittern. Zum Abschluss eine positive Nachricht: Eine Petition setzt sich für eine Wiederausstrahlung von „Die Dinos“ ein.

Die Gen Y will mitgestalten

Neue Anforderungen für Events auf Augenhöhe.

Gastkommentar

••• Von Marlies Kreuzig

TAUSENDSASSA. Willkommen in der Zeit des Informationsüberflusses! Eine besser informierte Generation als die ‚Gen Y‘ hat es noch nie gegeben. Der alltägliche Gebrauch verschiedener Devices ändert auch die Konzeptionen von Marketing-Events grundlegend.

Gezielte Inhalte mit Unterhaltungswert

Die Herausforderung für Organisatoren liegt in den vielseitigen Ansprüchen der jungen Generation. Inhalte sollten für unterschiedliche Geräte optimiert dargestellt werden, die Informationen müssen Neues enthalten, gleichzeitig Unterhaltung liefern und am besten in Sozialen Netzwerken massig geteilt werden. Schon lang reicht es nicht mehr aus, einen guten Talk zu bieten; es



Marlies Kreuzig, Team Leader bei den Marketing Natives.

sollte etwas zum Angreifen und Ausprobieren angeboten werden. Ein Event bleibt dann am besten in Erinnerung, wenn der Zuhörer effektiv in diesen eingebunden wird. Dies ist nämlich eine der großen Chancen: Die Generation Y will *mitgestalten*. Wer sich traut, geht auf Augenhöhe und kann dadurch punkten.

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.