

Tekst 10

Gorilla im Käfig

Bei „Gottes Rottweiler“ gilt die alte Hundehalter-Weisheit: Die britische Presse will doch nur spielen.

(1) Es kann natürlich immer noch schlimmer kommen. Die Höchststrafe verhängte der „Daily Star“. Als die Verhelichung von Prinz Charles und seiner Dauergeliebten Camilla zu vermelden war, verkündete das Blatt in großformatigen Buchstaben: „Zwei langweilige Idioten heiraten“. So eine Schlagzeile als Hochzeitsgeschenk macht königliche Freude.

(2) Zumindest den Vorwurf, ein Langweiler zu sein, ersparten die Londoner Zeitungen Joseph Ratzinger, als er im weißen Rauch von Rom zum Papst aufgestiegen war. Stattdessen provozierte das Skandalblatt „Sun“ am Kiosk zur Verkaufsförderung mit der Nazi-Anspielung „Vom Hitlerjungen zum Papa Ratz“ mit der Schlagzeile „Gottes Rottweiler ist der neue Papst“ versuchte der seriösere „Daily Telegraph“ Leser zu beeindrucken.

(3) „Moralische Arroganz“, empörte sich die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ über die Kollegen in Großbritannien. Und die „Bild“-Zeitung aus dem protestantisch geprägten Axel Springer Verlag schlug zurück. „Engländer beleidigen deutschen Papst!“, erregte sie sich auf der Titelseite. Chefredakteur Kai Diekmann, der Ratzingers Wahl mit einem tagelangen Hochamt im Blatt feiern ließ, hält die Schlagzeilen in Großbritannien für „böseartig“. Wie Zuspitzung funktioniert, weiß Diekmann sehr genau. Gerade erst ließ er die Fußballspieler des FC Schalke 04 in Windeln montiert ins Blatt heben. Doch bei den Papst-Titeilen der Engländer hört der Spaß

auf, und es beginnen, so Diekmann, „antideutsche Reflexe“.

(4) Der Aufgeregtheit in Deutschland entging, dass den provokanten Schlagzeilen meist differenzierte Artikel folgten, die all das enthielten, was deutsche Journalisten glaubten richtig stellen zu müssen. Und das hat mit der Tradition der britischen Presse zu tun.

(5) „Die Deutschen haben überreagiert“, findet Lord George Weidenfeld. Der 1938 aus Wien nach England emigrierte Verleger hält das deutsche Echo auf die britische Papst-Berichterstattung für „hysterisch“. Es gäbe zwar immer wieder antideutsche Untertöne in der Presse – ebenso wie Seitenhiebe gegen Franzosen und Amerikaner. „Aber niemand in England nimmt dieses Geplänkel ernst.“

(6) Die Medienwissenschaftlerin Margaret Scammell von der London School of Economics sagt: „Provokante Überschriften haben in England eine lange Geschichte. Die Regel für eine gute Headline heißt: Sie muss witzig sein, und sie muss schockieren.“ Um die „schärfsten Titel“ gebe es einen regelrechten Kult. „Sie werden eingerahmt und an die Wand gehängt.“

(7) „Wie können 59 054 087 Leute so dämlich sein?“, unterschrieb der „Daily Mirror“ in beleidigender Direktheit das Foto des dankenden George W. Bush, als er von den Amerikanern ein zweites Mal zum Präsidenten gewählt worden war.

(8) „Gotcha“, jubilierte die „Sun“, als britische Truppen während des Falklandkriegs im Mai 1982 ein argenti-

- nisches Kanonenboot versenkt hatten.
„Erwischt!“, im Triumphschrei wie aus
einem Computerspiel ging unter, dass
der Treffer 1200 Menschen das Leben
gekostet hatte. Der Chefredakteur zog
in nachgedruckten Ausgaben die
Schlagzeile zurück. Verleger Rupert
Murdoch mochte die Notwendigkeit
dazu nicht verstehen, berichten Augen-
zeugen.
- (9)** Die englische Boulevardpresse sei
mittlerweile „kaum mehr als Stegreif-
komödie“, wertet der angesehene
Zeitungsexperte James Curran.
- „Englische Zeitungen sind unterhalt-
sam und sehr gut geschrieben. Aber
mit traditionellen Nachrichten hat das
nur noch wenig zu tun.“ Das Publikum
reagiert entsprechend. „Die britische
Presse ist in Europa diejenige, der ihre
Leser am wenigsten trauen“, sagt
Curran.
- (10)** Mit ihrer Skepsis haben die
Briten durchaus Recht, wie sich kurz
vor dem Deutschland-Besuch der
Königin im vergangenen November
zeigte. Der „Daily Express“ behauptete
damals, die Deutschen hätten von
Queen Elizabeth eine Entschuldigung
für die Bombardierung Dresdens
gefordert. Die Nachricht war eine Ente,
berichtet wurde sie nie. Stattdessen
wiederholten Medien von der „Mail“
bis zum „Observer“ und schließlich
auch die BBC die Falschmeldung.
- (11)** Im Kampf um die Leser verwischt
sich die Grenze zwischen Qualitätsblät-
tern und Boulevardpresse. Michael
White, seit Jahren politischer Chef-
redakteur für den seriösen „Guardian“,
sagt, dass die Trennung nicht mehr
funktioniert. „Wir sitzen mit dem
Gorilla in einem Käfig.“

Tekst 10 Gorilla im Käfig

- 1p 42 Was geht aus den ersten beiden Absätzen über die britische Presse hervor?
- A Dort ist eine heiße Diskussion um Schlagzeilen losgebrochen.
 - B Nicht nur die Boulevardpresse bedient sich dort extrem provokanter Schlagzeilen.
 - C Sie ist viel aggressiver als die übrige europäische Presse.
 - D Über Geistliche wird dort mit mehr Respekt geschrieben als über Adlige.

- 1p 43 Was wirft Kai Diekmann (Zeile 31) den britischen Zeitungen vor?
- A Sie fördern Deutschfeindlichkeit.
 - B Sie gründen ihre Artikel auf Gerüchte.
 - C Sie sind alles andere als originell.
 - D Sie versuchen nur von den eigenen Problemen abzulenken.

“Und das ... zu tun.“ (regel 48-49)

- 1p 44 Wat is het kenmerk van deze traditie?

“Die Deutschen haben überreagiert“ (regel 50-51)

- 2p 45 Met welke twee argumenten onderbouwt Weidenfeld zijn mening?

- 1p 46 In welke relatie staan de Absätze 6, 7 und 8 zueinander?
- A Behauptung - Beispiel - Beispiel.
 - B Hypothese - Beispiel - Beweis.
 - C Problem - Relativierung - Schlussfolgerung.
 - D These - Antithese - Synthese.

- 1p 47 Was ist der Kern des 10. Absatzes?
Englische Zeitungen
- A sind besser als man auf den ersten Blick denken würde.
 - B sind mehr auf den Effekt als auf die Richtigkeit ihrer Berichterstattung ausgerichtet.
 - C stehen mehr unter dem Druck ihrer Leserschaft als andere europäische Zeitungen.
 - D werden in anderen Ländern zu Unrecht ernst genommen.

“Gorilla im Käfig“ (titel)

- 1p 48 Wie of wat wordt er bedoeld met “Gorilla”?