

„Das übertriebene Wichtigtun deutscher Medien“



Schreibe einen englischen Prompt, der ein Bild mit Midjourney erzeugt, das symbolisch „The excessive self-importance and vanity of the German media“ beschreibt.

„Create an allegorical scene set in a grandiose, neoclassical-style newsroom, filled with opulent decorations and extravagant details, symbolizing the German media. In the center, a large, ornate mirror stands, reflecting a peacock with a magnificent tail, symbolizing vanity and self-importance. Around the room, numerous journalists and media personnel are dressed in overly extravagant, baroque-style clothing, each admiring their own reflections in smaller hand mirrors or busily decorating themselves, oblivious to the world outside. The background is filled with ostentatious displays of wealth and power, such as golden statues, luxurious tapestries, and piles of newspapers and broadcasting equipment that are being ignored. The atmosphere should be one of excess and self-absorption, with a hint of satire and criticism towards the self-importance of the media –ar 3:2 –chaos 100 –s 750“

Interview des Fotografen Manfred Klimek mit sich selbst in der bürgerlichen Presse [Welt](#) über die Kardinalfehler deutscher Medien:

„...fiel mir auf, dass im neueren deutschen Journalismus zwei Gefühlshaltungen immer relevanter werden, die dem Journalismus nicht zuträglich sind. Die erste Haltung wird geradezu zwanghaft geprägt vom **Hang zur moralischen Belehrung** – und das

betrifft nicht nur linksliberale, sondern auch rechtsliberale Medien. (...)

Angst. Die Angst, keinen Platz auf der gesellschaftlich, moralisch und politisch richtigen Seite zu besetzen. Und die Angst, durch Auffälligkeiten, auch durch Ambivalenz, die zum Menschen gehört, derart aufzufallen, dass die eigene Karriere darunter leiden könnte.“ (...)

Wir leben nicht mehr nur in Zeiten eines Journalismus, der ausschließlich von Wirklichkeiten erzählt und der lediglich Fakten aufführt, wie es früher meist gang und gäbe war; wir leben nun in einem Journalismus, der von Klickraten stärker dominiert wird als von verkauften Exemplaren und einer harten Auflage. Wir leben in einem Journalismus, der sich stark an starken Meinungen orientiert, anstatt der Wirkkraft von Fakten allein zu vertrauen.“