

Mediendemokratie – braucht die Demokratie Medien?

Welche Rolle spielen die Medien in der Demokratie?

M 1 Presstexte haben viele Funktionen

Das Wetter am Montag

Die Sparpolitik der Regierung ist unsozial
Die Zeche zahlen die Schwachen

Am Wochenende ist Tag der offenen Tür

Spendenskandal bei UNICEF aufgedeckt
FR-Redakteure Thieme und Schindler mit dem Wächterpreis ausgezeichnet – Vorbilder für guten Journalismus

Debatte
Die Boni mancher Banker sind unmoralisch

Fronten sind verhärtet
Noch keine Annäherung beim Streit um „Stuttgart 21“

Bankraub in der Frankfurter Straße
Täter erbeuten 250.000 Euro

Kuschel-Nachwuchs im Nürnberger Tiergarten

Aktuelles Lexikon Gesundheitsfonds

Betrug am Patienten
Kritische Journalisten decken Skandal um falsche Arztabrechnungen auf

M 2 Funktionen der Massenmedien

Informationsfunktion

Die Massenmedien sollen so vollständig, sachlich und verständlich wie möglich informieren, damit ihre Nutzerinnen und Nutzer in der Lage sind, das öffentliche Geschehen zu verfolgen. Da unsere Gesellschaft viel zu großräumig geworden ist, kommen wir mit dem direkten Gespräch, der unmittelbaren Kommunikation, nicht mehr aus. Wir als Einzelne und die vielfältigen Gruppen, die in dieser Gesellschaft bestehen, sind darauf angewiesen, miteinander ins Gespräch gebracht zu werden – dafür sollen die Massenmedien sorgen. Dabei müssen wir uns der Tatsache bewusst sein, dass wir die Welt zum großen Teil nicht mehr unmittelbar erfahren; es handelt sich über-

wiegend um eine durch Medien vermittelte Welt.

Meinungsbildungsfunktion

Bei der Meinungsbildung fällt den Massenmedien ebenfalls eine bedeutende Rolle zu. Dies ergibt sich aus der Überzeugung, in der Demokratie sei allen am meisten damit gedient, wenn Fragen von öffentlichem Interesse in freier und offener Diskussion erörtert werden. Es besteht dann die Hoffnung, dass im Kampf der Meinungen das Vernünftige die Chance hat, sich durchzusetzen. Da in einer modernen, differenziert strukturierten Gesellschaft eine Vielzahl von mehr oder weniger großen, zum Teil in Konkurrenz zueinander stehenden Interessengruppen existiert, gehört es auch zu den Aufgaben der Mas-



Der „Wächterpreis der Tagespresse“ wird jährlich für kritische Berichterstattung vergeben. Recherchiere auf www.waechterpreis.de, welche Missstände von den Preisträgern aufgedeckt wurden. Wähle einen Fall aus, der dich besonders beeindruckt, und stelle den Fall z. B. auf einem Infoplatat vor.

senmedien, diesen Meinungspluralismus in einem angemessenen Verhältnis widerzuspiegeln.

Kritik- und Kontrollfunktion

45 [...] Ohne Presse, Hörfunk und Fernsehen, die Missstände aufspüren und durch ihre Berichte unter anderem parlamentarische Anfragen und Untersuchungsausschüsse anregen, liefe
50 die Demokratie Gefahr, der Korruption oder der bürokratischen Willkür zu erliegen. Wie die Wirkungsforschung hervorhebt, haben viele Medien über die erwähnten Funktionen hinaus
55 weitere übernommen, zum Beispiel

die **Thematisierungsfunktion**. Diese „agenda setting function“, wie sie in den USA heißt, bedeutet, dass diejenigen, die die unterschiedlichen Medien lesen, hören und sehen, genau die Themen für wichtig halten, die darin behandelt werden. Die Medien sind jedoch nicht nur entscheidend dafür verantwortlich, welche Themen auf der Tagesordnung stehen, sondern sie legen auch fest, in welcher Rangfolge der Dringlichkeit diese Themen behandelt werden.

Hanni Chill/Hermann Meyn, Informationen zur politischen Bildung Nr. 260, Massenmedien, hg. von der Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 3/1998

„Agenda-Setting“

Medien bestimmen, welche Themen besondere Bedeutung in der öffentlichen Debatte haben.

M 3 Mediendemokratie – was heißt das?

Der Begriff Mediendemokratie bezeichnet eine Form der Demokratie, in der sich die politische Meinungs- und Willensbildung im Wesentlichen über
5 Massenmedien vollzieht. Deutlich wird dies v. a. in Wahlkampfzeiten: So nennen die Wähler in Deutschland und anderen europäischen Staaten nach mehreren Wahlen in den letzten
10 Jahren das Fernsehen als die wichtigste Informationsquelle für ihre Wahlentscheidung. Meinungsbildung über Medien beinhaltet, dass die Medien durch die Auswahl und Ausgestaltung
15 von Inhalten darüber bestimmen, was auf welche Weise zum öffentlichen Thema wird. [...]

Politikvermittlung durch Medien bedeutet darüber hinaus, dass sich die

Politik bzw. die Politiker mediengerecht präsentieren, um Erfolg zu haben. Denn die Bevölkerung tendiert dazu, nur ihre Medienexistenz mit den dazugehörigen Images wahrzunehmen. Die Medien sind demnach nicht nur Beobachter, Kritiker und Kontrolleure politischer Ereignisse und staatlicher Macht („vierte Gewalt“). Sie stellen vielmehr einen Faktor dar, der politische Einstellungen und Stimmungen beeinflusst und ein bestimmtes Meinungsklima zugunsten oder zuungunsten einer Partei, einer Person oder einer politischen Forderung vermittelt. Medien bestimmen dadurch die Politik mit.

Hans Boldt, Schülerduden Politik und Gesellschaft, 5. Aufl., Mannheim 2005, S. 260

Aufgaben



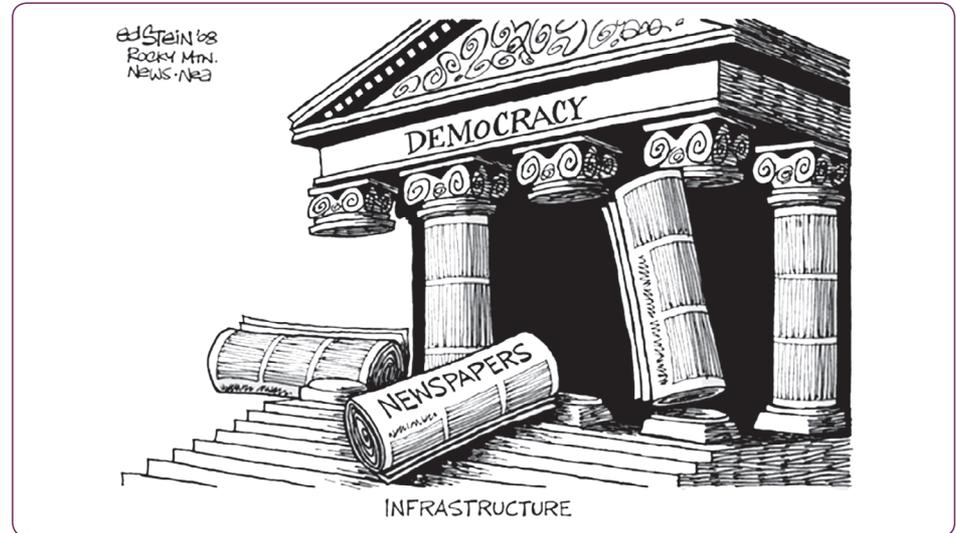
1. Ordne die Schlagzeilen in M 1 den Funktionen der Massenmedien in M 2 zu und begründe deine Zuordnung.
2. „Die Politik und die Politiker brauchen die Medien – die Medien brauchen die Politik und die Politiker.“ – Erläutere diese Aussage (M 2, M 3).

+ zu Aufgabe 2

Stelle mögliche Beziehungsmuster zwischen Medien, Bevölkerung / Wählern und Politikern in einem bzw. mehreren Schaubildern dar. Nutze dazu (beschriftete) Pfeile und ggf. andere anschauliche Symbole.

Presse- und Meinungsfreiheit – ein hohes Gut

M 4 Die Säulen der Demokratie ...



Karikatur: Ed Stein

M 5 Was wäre, wenn ...

Art. 5 GG

(Presse- und Meinungsfreiheit im Grundgesetz)

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

Datscha

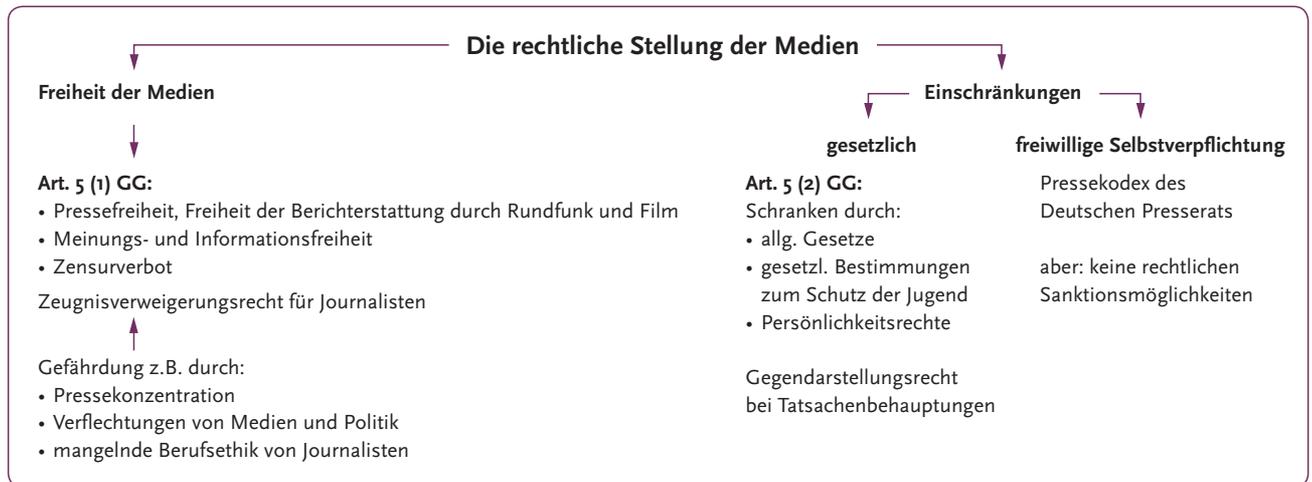
Garten- oder Wochenendhaus

Was wäre, wenn es nur noch einen staatlichen Fernsehkanal gäbe, in dem ausschließlich wiedergegeben würde, was die gerade jeweils Regierenden für gut und nützlich halten? Was wäre, wenn Journalisten alles, was sie schreiben, einem Zensor vorlegen müssten, der – mangels besseren Wissens – alles streicht, was er nicht versteht? Freie, vor allem auch kritische Medien, sind aus einer echten Demokratie nicht wegzudenken. Demokratie, das lehrt uns nicht nur die Theorie, sondern einfach auch die Erfahrung, braucht Kontrolle. Tagtäglich. Wenn in einer abgelegenen Region Russlands [...] Sozialabgaben dazu benutzt werden, dem lokalen Machthaber eine neue Datscha zu bauen und ein mutiger Lokalreporter dem Skandal auf die Spur

kommt, geschieht Folgendes: Der Journalist wird von seinem Chefredakteur gelobt – und erhält die Auskunft, dass man dies unmöglich veröffentlichen könne, er wisse schon, der lokale Machthaber habe so gute Verbindungen bis hinauf nach Moskau. Wenn der Journalist dann trotzdem darauf besteht, seine Rechercheergebnisse dem staunenden Leser zu vermitteln, wird er eines Abends vor seiner Wohnung auf brutale Schläger treffen – und im besten Fall lediglich im Spital landen. [...] Journalismus ist ein schwieriges Handwerk – das steht außer Frage. Und ein sehr viel verantwortungsvolleres, als viele glauben. Ohne journalistische Kontrolle aber gerät die Demokratie erstaunlich schnell in Schieflage.

Susanne Scholl, www.mein.salzburg.com, 11.5.2010

M 6 Die rechtliche Stellung der Medien



M 7 Pressefreiheit in Deutschland in Gefahr?

In Deutschland ist die Pressefreiheit weniger vom Staat bedroht; bei Verletzung des Redaktionsgeheimnisses durch Sicherheitsbehörden greift das Bundesverfassungsgericht ein und lehrt die Staatsbehörden den Wert der Pressefreiheit für die Demokratie. Die Bedrohung der Pressefreiheit besorgen die Medien heute in erster Linie selber. Die Qualität des Journalismus sinkt, weil Medienunternehmen mit den Medien mehr Geld verdienen wollen als früher. [...]

In Redaktionskonferenzen ist das diskussionsfreudige Klima verschwunden, offenbar haben die wirtschaftlichen Schwierigkeiten, in die viele Zeitungen geraten sind, und die Existenzängste nicht weniger Redakteure damit zu tun. [...] Zu beklagen ist die Verquickung von Journalismus, Politik und Wirtschaft, zu beklagen ist also die Tatsache, dass sich immer mehr Journalisten zu Büchsenspannern und Handlangern vor al-

lem von Wirtschaftslobbys machen lassen. [...]

Gelegentlich werden Fälle bekannt, in denen die Staatsanwaltschaft und Polizei die Telefone von Journalisten überwacht haben. Schlimmer als diese staatlichen Lauscher sind Medien-Manager und Finanzinvestoren, für die Zeitungen nur Produkte zum Geldverdienen sind wie andere auch – und die Redaktionen immer billiger machen wollen.

Heribert Prantl, Pressefreiheit in Deutschland, www.goethe.de (10.11.2010)

Aufgaben



1. Arbeite die Kernaussage der Karikatur in M 4 heraus.
2. Nimm Stellung zur Aussage des Karikaturisten (M 4).
3. Stelle dar, ob und ggf. wodurch sich die Säulen ersetzen ließen (M 4).
4. Erläutere, warum die Pressefreiheit ein so hohes Gut ist (M 5).
5. Gib wieder, wodurch der Verfasser in M 7 die Pressefreiheit in Deutschland gefährdet sieht.

Medien zwischen Information und Sensation

M 8 Presserat rügt Satiremagazin Titanic

Presserat

Der Deutsche Presserat ist eine gemeinsame Organisation der großen deutschen Verleger- und Journalistenverbände. Er tritt für die Pressefreiheit und die Wahrung des Ansehens der deutschen Presse ein. Die schärfsten Maßnahmen sind Rügen, die der Presserat dann ausspricht, wenn eine Zeitung oder Zeitschrift gegen den Pressekodex verstößt. Rügen werden vom Presserat öffentlich gemacht und müssen auch in dem jeweiligen Medium veröffentlicht werden. Dazu haben sich die Medien selbst verpflichtet. Aber nicht immer halten sich die Medien auch an diese Selbstverpflichtung.

Der Deutsche Presserat hat gegen die Satirezeitschrift „Titanic“ wegen des Papst-Titelbildes eine öffentliche Rüge ausgesprochen. Das teilte der Presserat am Donnerstag in Berlin mit. Die Darstellung von Papst Benedikt XVI. als inkontinent und mit Fäkalien beschmiert sei entwürdigend und ehrverletzend, urteilte der ständige Beschwerdeausschuss. Gegen das Papst-Bild der „Titanic“ waren 182 Beschwerden eingegangen. Das Cover vom Juli zeigte Papst Benedikt XVI. unter anderem mit einem gelben Fleck auf der Soutane. Auf dem Titel hieß es in Anspielung



auf den „Vatileaks“-Skandal um den Verrat von Interna: „Halleluja im Vatikan – Die undichte Stelle ist gefunden!“ Die öffentliche Rüge ist die höchste Kategorie einer Unmutsäußerung durch den Presserat, faktisch bleibt sie jedoch – wie alle Sanktionen des Presserats – folgenlos.

Stefan Kuzmany, *kuz/dapd, Der Spiegel*, 27.9.2012

M 9 Aus dem Pressekodex

Nicht alles, was von Rechts wegen zulässig wäre, ist auch ethisch vertretbar. Deshalb hat der Presserat die Publizistischen Grundsätze, den sogenannten Pressekodex, aufgestellt. Darin finden sich Regeln für die tägliche Arbeit der Journalisten, die die Wahrung der journalistischen Berufsethik sicherstellen, so z. B.:

- Achtung vor der Wahrheit und Wahrung der Menschenwürde

- gründliche und faire Recherche
- klare Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen
- Achtung von Privatleben und Intimsphäre
- Vermeidung unangemessen sensationeller Darstellung von Gewalt und Brutalität

www.presserat.info (17.2.2013)

M 10 Die Macht der Medien – der Fall Wulff und die Bild-Zeitung

Christian Wulff trat im Februar 2012 als Bundespräsident zurück, nachdem die Staatsanwaltschaft ein Ermittlungsverfahren gegen ihn eröffnet hatte und wochenlang in den Medien über den Verdacht auf Korruption berichtet wurde. Am 12. Dezember 2011 hatte Wulff durch einen Anruf bei der Bild-Zeitung versucht, einen Bericht über einen von ihm aufgenommenen Privatkredit zu verhindern. Über diesen Anruf berichtete „Bild“. Ein Gespräch mit Medienforscher Lutz Hachmeister.

Haben die deutschen Medien in Deutschland überhaupt die Macht, einen Politiker zu Fall zu bringen?

5 Ja, sicher. [...] Wenn man einen Politiker zu Fall bringen will, muss er allerdings bestimmte [...] Schwächen zeigen und sich zu Fall bringen lassen. Außerdem muss der Affärencharakter für die Bevölkerung so eindeutig sein, also [...] Regeln müssen so stark verletzt werden, dass ein Meinungsklima entsteht, in dem sich am Schluss alle einig sind: Dieser Mann oder diese Frau muss gehen. Im Fall von Christian Wulff war das so. Interessant war, dass die meisten Deutschen die Vorwürfe gegen ihn anfangs läppisch fanden und dafür waren, dass er im Amt bleibt. Am Ende haben Umfragen dann ergeben, dass 70 Prozent ihm noch nicht mal den Ehrensold (= Pension als ehemaliger Bundespräsident) geben wollten. Das hat sich komplett 25 gedreht. „Bild“ hat dabei eine große Rolle gespielt, aber auch andere Medien wie die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ und „Spiegel Online“. Das ist übrigens ein dritter Faktor: Allein 30 schafft es ein Blatt nicht. Auch nicht „Bild“. Um eine hochrangige Person der Öffentlichkeit zu stürzen, müssen sich führende Medien einig sein.

35 **Die „Bild“-Zeitung hat jahrelang sehr wohlwollend über Christian**

Wulff berichtet. [...] Warum hat sich „Bild“ auf einmal gegen ihn gewendet?

Es gibt Hinweise darauf, dass Christian Wulff in der Zeit als Bundespräsident seine Rolle neu definierte und versucht hat, „Bild“ klar zu machen, dass er und seine Frau nicht mehr exklusiv für Fotos und Interviews zur Verfügung stehen. 45 Und wie in einer enttäuschten Liebesbeziehung hat sich daraus eine wechselseitige Entfremdung ergeben. Diese hatte schon über ein Jahr vor der Affäre angefangen und zu Reibereien mit dem Springer-Konzern geführt. [...]

War Christian Wulff also ein leichtes Opfer der Medien?

Er war auf alle Fälle sehr naiv, was 55 die Medienwirkung und das Verhältnis zwischen Politikern und Journalisten angeht. [...] Die deutsche Gesellschaft ist mittlerweile erstaunlich offen und tolerant, aber das Publikum 60 merkt schnell, ob ein Politiker komplett aus seiner Rolle fällt. Die Medien liefern natürlich die Vorlage, doch für einen Stimmungsumschwung muss auch das Publikum bereit sein, 65 bestimmte Argumentationen mitzutragen.

Interview: Katja Hanke, Goethe-Institut e. V., Internet-Redaktion, Mai 2012



Am 17.2.2012 trat Bundespräsident Wulff nach einer wochenlangen Medienschlacht von seinem Amt zurück.

Aufgaben

1. Diskutiert, was im Fall des Titanic-Titels mehr Bedeutung hat, das Persönlichkeitsrecht des Papstes oder die Meinungsfreiheit der Zeitschrift (M 8).
2. Erörtere, ob die Rüge, die der Presserat als Mittel zur Bestrafung aussprechen kann, ausreichend ist, um den Pressekodex durchzusetzen (M 8, M 9).
3. Charakterisiere am Beispiel des Falls Wulff, wie die Medien Druck ausüben konnten (M 10).

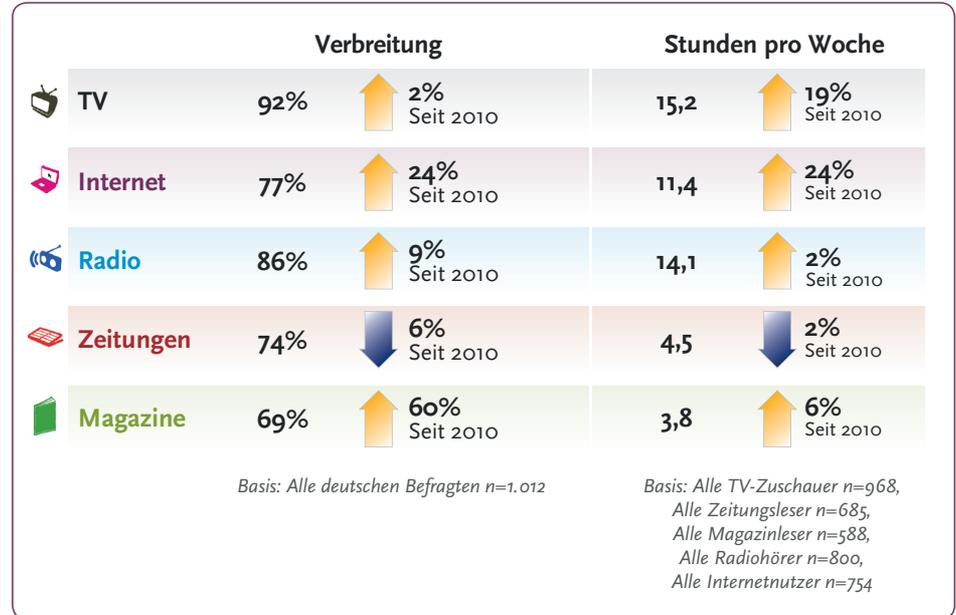
Internet – Chance oder Gefahr für die politische Meinungsbildung?

M 11 Welche Medien nutzen Deutsche wie intensiv?

Anzahl und verkaufte Auflage von Tageszeitungen in Deutschland

Jahr	Anzahl	Auflage in Mio.
2015	329	16,1
2011	347	18,8
2007	351	20,8
2003	349	22,6

© Statista 2015



Quelle: Mediascope Europe, Germany Launch Presentation – Summary 2012, S. 9 f.

M 12 Welche Internet-Angebote werden genutzt?

Onlineanwendungen	Anteil an der Gesamtbevölkerung	Anteil 14- bis 29-jährige
Suchmaschinen nutzen	83 %	90 %
E-Mails senden / empfangen	79 %	80 %
zielgerichtet Angebote / Informationen suchen	72 %	80 %
einfach so im Internet surfen	44 %	57 %
Onlinecommunitys nutzen (z. B. Facebook)	39 %	76 %
Videoportale nutzen (z. B. YouTube)	32 %	65 %
Chatten	26 %	59 %
Onlinespiele	16 %	23 %
Musikdateien aus dem Internet	14 %	33 %
RSS-feeds / Newsfeeds	10 %	18 %
Gesprächsforen	10 %	15 %

Nach: Birgit van Eimeren / Beate Frees, Rasanter Anstieg des Internet-Konsums – Onlineer fast drei Stunden am Tag im Netz, Media-Perspektiven 7 – 8/2013, S. 363

M 13 Internet – Chance oder Gefahr für die Demokratie?



M 14 Internet – zentrales Medium für den kundigen Nutzer

Linearmedien wie das Fernsehen und insbesondere der Hörfunk zeichnen sich dadurch aus, dass sie auch als Begleitmedien genutzt werden können und in der Regel nur teil-
 5 aufmerksam rezipiert [= wahrgenommen] werden. [...] Das Fernsehen oder das Radio werden in der Regel [...] zu bestimmten Tageszei-
 10 ten, in bestimmten Situationen oder auch für bestimmte Angebote oder Sendungen, etwa Nachrichten, eingeschaltet. Die mehr oder weniger
 15 aufmerksame Zuwendung erfolgt dann in Abhängigkeit von konkreten Inhalten, die individuell in unterschiedlichem Maße als relevant oder interessant wahrgenommen werden.

Rezeption

hier: Erfassung,
Wahrnehmung

Bei der Rezeption von Informationen muss relativ viel Zeit investiert werden, um persönlich Interessantes sehen oder hören zu können. [...]

Einer solchen, in Teilen eher flüchtigen, Informationsrezeption bei Linearmedien steht die in der Regel aktivere und damit intensivere Informationsrezeption von Hypertextmedien wie dem Internet gegenüber. [...] Dabei ist das Internet [...] für seine Nutzer am ehesten noch ein Le-se-medium, am ähnlichsten der Tageszeitung, wenn man zunächst von multimedialen Optionen absieht.

Auch Onlinemedien beanspruchen Zeit beim Auffinden von Informationen, bei der Orientierung im Netz. Sie zeichnen sich aber dadurch aus, dass die gesuchten Informationen

bei Kenntnis der richtigen Kategorien sehr zielführend sind und rasch aufgefunden werden können. Insofern ist die Informationsleistung des Internets für einen kundigen Nutzer sehr zeiteffektiv. Durch seine Hypertextstruktur vermag das Internet darüber hinaus auch [...] zusätzlich Themenfelder und ihre Bezüge zueinander per Link zu vernetzen. Ein Nutzer kann dann selbst entscheiden, ob er sich auf weitere Informationsschichten bzw. Informationstiefen einlässt und wie viel Zeit er dafür investiert.

Annette Mende/Ekkehard Oehmichen/Christian Schröter, Medienübergreifende Informationsnutzung und Informationsrepertoires, Media Perspektiven 1/2012, S. 16 f.

M 15 Das Internet als „goldener Informationskäfig“?

Marktanteile von Internet-suchmaschinen in Deutschland im Februar 2015

Internet-suchmaschine	Marktanteil in %
Google	94,84
Bing	2,59
Yahoo	1,66
T-Online	0,75

© Statista 2015

sonntag: Herr Stalder, was haben Sie zuletzt googelt?

Felix Stalder: Oh je, das mache ich so oft, das fällt mir kaum mehr auf. [...]

Haben Sie bei dieser Suche gemerkt, dass Google seine Suchergebnisse personalisiert, unterschiedliche Nutzer also mit demselben Suchbegriff verschiedene Ergebnisse erhalten?

Konkret bei der Suche nicht. Aber so eine Personalisierung ist für den Einzelnen ja auch fast nicht zu bemerken. Schließlich weiß man in der Regel nicht, wie die Suchergebnisse aussehen würden, wären sie nicht personalisiert oder wenn Google andere Informationen über einen gespeichert hätte. **Sie haben in einem Experiment mit extra dafür angelegten Google-Konten untersucht, wie stark sich**

die Ergebnisse unterscheiden und im Fazit geschrieben, das Ausmaß sei „überraschend“. Wieso?

Weil es gezeigt hat, dass diese ursprüngliche Idee, dass es so etwas wie allgemeines Ranking gibt, wo das Wichtigste oben steht und die weniger wichtigen Sachen weiter unten, kaum mehr stimmt. Was wir finden, hängt in ganz großem Maße von unserer Person ab – oder von dem, wofür uns Google hält. Das fängt bei dem Standort an, von dem wir suchen, unseren Spracheinstellungen und geht weiter über das, was wir in der Vergangenheit gesucht haben, bis hin zu den Informationen, die Google aus seinen anderen Diensten wie etwa Gmail und AdSense über uns gesammelt hat.

Der Autor Eli Pariser, auf den der Begriff der Filter Bubble zurück-

geht, bringt ein Beispiel, in dem
 der eine Benutzer auf Google das
 45 Stichwort „BP“ suchte und Nach-
 richten zu Investitionsmöglichkei-
 ten erhielt, während ein anderer
 Nutzer mit derselben Suchanfra-
 ge Informationen über die von der
 50 BP-Bohrplattform „Deepwater Ho-
 rizon“ verursachte Ölpest bekam.
 Ist das nicht ein sehr extremes Bei-
 spiel?

Das ist sicher extrem. Aber ich denke,
 55 es ist in der Tendenz nicht ungewöhn-
 lich, weil es in der Logik der Personali-
 sierung die Nutzer in Gruppen einteilt.
 Und dann wird gefragt: Mit welchen
 Augen sieht diese Gruppe die Welt?
 60 Denen eines Investors oder denen ei-
 nes Umweltschützers?

**Google sagt, sie wollen nur die bes-
 ten Ergebnisse für den Nutzer.**

[...] Woher weiß Google denn im Vo-
 65 raus, was das Beste ist? Weiß ich als
 Nutzer das überhaupt, wenn ich su-
 che? Das Problem ist: Was ich nicht
 finde, das fehlt mir nicht. Es kommt
 immer etwas Passendes, und ob es
 70 noch etwas Besseres gibt, das weiß ich
 ja gar nicht. [...]

Google und Facebook sind ja nicht von
 außen aufgedrängte bössartige Diens-

te, die ich zwangsweise nutzen muss.
 Sie sind in vielerlei Hinsicht wirklich 75
 nützlich. Aber mit dem Dienst, den
 der User zu nutzen glaubt, kommen
 eben noch andere Sachen mit, die für
 ihn nicht sichtbar sind, wie diese Art
 goldener Informationskäfig. [...]

**Und welchen Einfluss hat die Per-
 sonalisierung auf eine Gesell-
 schaft?**

Wir haben eine Vielzahl von Mecha-
 nismen, die uns erlauben, das, was wir 85
 von der Welt wahrnehmen, zu filtern.
 Das ist nicht grundsätzlich neu, wir
 können die Welt immer nur selektiv
 wahrnehmen, aber diese Filter werden
 immer feiner und immer umfassender. 90
 Und dadurch nimmt der gesamtgesell-
 schaftliche Vorrat an geteiltem Wissen
 ab. Wir haben immer mehr Menschen
 mit ganz viel Nischenwissen und ganz
 viel Spezialistentum. [...]

**Und wieso ist das jetzt problema-
 tisch?**

[...] Weil verschiedene Gruppen mit
 ihrer jeweils eigenen Sichtweise auf
 die Welt sich dann zunehmend einan- 100
 der nicht mehr verständlich machen
 können.

*Felix Stalder ist Medientheoretiker an der Zürcher
 Hochschule der Künste. Interview: Svenja Bergt, taz,
 15.2.2013*

Aufgaben



1. Analysiere die Statistiken M 11 und M 12.
2. Ordne die Argumente den Funktionen von Massenmedien zu (M 13).
3. a) Die Autoren von M 14 betonen die Bedeutung des „kundigen Nut-
 zers“. Erkläre diese Bedeutung.
 b) Fasse die Aussagen Felix Stalders zum Internet als „goldenen Informa-
 tionskäfig“ zusammen (M 15).
4. „Das Internet ist zukünftig das zentrale Medium für die Information und
 Meinungsbildung der Bevölkerung sowie zur Kontrolle der politischen
 Machthaber.“ Überprüfe diese These. Beziehe dich dabei auch auf deine
 Ergebnisse zu den vorherigen Aufgaben.



Gewichte die Argumente
 zu Chancen und Gefah-
 ren des Internets für die
 Demokratie und begründe
 deine Ordnung.

→ Was wir wissen

Funktionen der Medien

M 2, M 3

Unsere Gesellschaft wird häufig als Informations- oder Wissensgesellschaft bezeichnet. Darin drückt sich die herausragende Bedeutung des Wissens bzw. der Übermittlung von Informationen für den Einzelnen und die Gesellschaft aus. Die Informationsgesellschaft gründet sich auf sich rasant entwickelnde, hoch technisierte Massenmedien, wie Fernsehen, Zeitungen oder das Internet. Sie führen zu einer Ausweitung und Beschleunigung der Kommunikation in allen Lebensbereichen.

In einer immer komplexer werdenden Welt sind wir auf die Informationen der Massenmedien angewiesen. Die Massenmedien sollten so vollständig, sachlich und verständlich wie möglich informieren, damit ihre Nutzer in die Lage versetzt werden, die Bedeutung von Ereignissen zu begreifen, die Funktionsweise des politischen Systems zu durchschauen und ihre eigenen Interessenlagen zu erkennen. Auch bei der Meinungsbildung fällt den Massenmedien eine bedeutsame Rolle zu. Die Medien sollen die Vielfalt der in der Bevölkerung bestehenden Überzeugungen widerspiegeln und sie in die öffentliche Diskussion einbringen. Ohne Medien wäre es schwierig, alternative Positionen und Meinungen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Außerdem decken Journalisten durch eigene Recherchen immer wieder politische Missstände auf. Deshalb werden die Medien auch als „vierte (kontrollierende) Gewalt“ bezeichnet.

Presse- und Meinungsfreiheit

M 5 – M 9

Voraussetzung für die ungehinderte Information durch die Medien ist die in Art. 5 GG verankerte Meinungs- und Pressefreiheit. Danach hat jeder das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Dies gilt für die Medien als Institutionen sowie für jeden Einzelnen. Art. 5 GG wird als Fundament jeglicher freiheitlichen Demokratie betrachtet. Ohne freie Meinungs- und Willensbildung kann es keine freien Wahlen und keine demokratische Mitwirkung der Bürger geben. Gefährdungen für die freie Meinungsbildung ergeben sich vor allem aus der zunehmenden Pressekonzentration und engen personellen und wirtschaftlichen Verflechtungen von Medien und Politik. Der Presserat sorgt dafür, dass sich die Berichterstattung an rechtlichen und moralischen Prinzipien (Pressekodex) orientiert.

Demokratisierung durch das Internet?

M 11 – M 15

Zwar bietet das Internet bisher nie da gewesene Möglichkeiten der Information und – anders als die anderen Massenmedien – der Interaktion, aber ausschließlich für den medienkundigen Nutzer. Denn zum einen ist die angebotene Informationsmenge für den einzelnen unüberschaubar; und zum anderen personalisieren Suchmaschinen wie Google die Suchkriterien, weswegen in der Tendenz nur Ergebnisse angezeigt werden, die dem ohnehin vorhandenen Weltbild und der politischen Einstellung des Suchenden entsprechen. Das Internet alleine führt also nicht automatisch zu umfassenderer Demokratisierung, sondern nur seine überlegte Nutzung.



WikiLeaks

der BLOG

Dürfen wir alles wissen?

„We open governments“ ist das Motto von WikiLeaks: „Wir machen Regierungen transparent“. Die Organisation bietet eine Internetseite für sogenannte Whistleblower. Das sind Personen, die geheime Informationen an die Öffentlichkeit bringen. Eine wichtige Veröffentlichung auf WikiLeaks ist unter dem Namen Cablegate bekannt geworden: Im November 2010 hat WikiLeaks mit der Veröffentlichung von etwa 250.000 Berichten US-amerikanischer Diplomaten begonnen.

Frida Thurm, www.blog.zeit.de, 8.12.2010

Wie die NSA das Auswärtige Amt ausforschte

Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier ist offenbar systematisch vom amerikanischen Nachrichtendienst NSA abgehört worden. In den neuesten von der Enthüllungsplattform WikiLeaks veröffentlichten Dokumenten finden sich 20 Nummern, die die NSA dem Auswärtigen Amt zuordnete. In den vergangenen Wochen hatte WikiLeaks bereits insgesamt 125 Spähziele der NSA im Kanzleramt und verschiedenen Bundesministerien veröffentlicht.

John Goetz/Hans Leyendecker, Süddeutsche Zeitung, 20.7.2015

Pro und Kontra WikiLeaks – Hat die Öffentlichkeit ein Recht auf alle Informationen?

Werner Weidenfeld, Jahrgang 1947, ist Professor für Politische Wissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München; Sascha Lobo, Jahrgang 1975, ist Blogger, Unternehmer und Berater.

Weidenfeld: Nein. Im Gegenteil. Sie müssen in Demokratien verschiedene Formen der Kommunikation zulassen. Die Regierung etwa muss die Möglichkeit haben, bestimmte Dokumente als geheim zu kennzeichnen. Sonst würde sich ja die Kommunikation der Politik darauf beschränken, was sie sowieso öffentlich sagen wollen in Fernsehauftritten oder in Interviews. Damit wäre die Politik reduziert auf einen ganz minimalen Prozentsatz ihrer Kommunikation. Und das würde alle beschädigen. [...] Im diplomatischen Dienst gehören solche durchaus subtilen, sensiblen Beurteilungen zum Kerngeschäft. Unter den Vorzeichen der Indiskretion sind die kaum mehr möglich.

Lobo: Die Öffentlichkeit hat ein Recht auf mehr Informationen, als sie im Moment bekommt. Regierungen neigen offenbar dazu, Dinge im Geheimen zu besprechen, obwohl sie eigentlich in Volkes Auftrag handeln sollten. Dinge werden als geheim klassifiziert, auf die die Öffentlichkeit durchaus ein Recht hat. Zu dieser Kontrolle ist ja die freie Presse da. WikiLeaks ist eine Art Verlängerung der freien Presse in das Internetzeitalter – als Quelle für investigativen Journalismus. Nicht umsonst arbeitet WikiLeaks mit den renommiertesten publizistischen Organen weltweit zusammen.

Sascha Lobo/Werner Weidenfeld/Claudia Witte, www.tagesschau.de, 29.3.2011

subtil
heikel

Indiskretion
Verrat

investigativ
enthüllend,
nachforschend

Aufgabe
Hat die Öffentlichkeit ein Recht auf alle Informationen?
Erörtere diese Frage.