

❖ „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ So resümierte der Jahrhundertsoziologe Niklas Luhmann die Bedeutung der Medien. Sie sind Erschließungs- und Vermittlungsinstanzen für Wirklichkeitsbedeutungen, sie gestalten die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit ebenso wie die Gespräche der Gesellschaft über sich selbst und die öffentliche Moral. Welche Bedeutung die Medien im Alltagsleben der Deutschen spielen, spiegeln die Zahlen zur Mediennutzung wider. Von den rund 500 Minuten, die der von der Statistik konstruierte Mitbürger insgesamt pro Tag konsumiert, wurden 228 Minuten für das Fernsehen aufgewendet. An zweiter Stelle rangiert der Hörfunk mit 186 Minuten, das Internet bringt es auf 70 Minuten, die Lektüre der Tageszeitung ist mittlerweile auf 28 Minuten gesunken.

Für die Politik leistet der Wettbewerb der Medien – garantiert durch Artikel 5 unserer Verfassung – nicht nur Aufklärung und Kritik, sondern stellt Öffentlichkeit her und ermöglicht gesellschaftliche und politische Teilhabe. Von den Medien wird einerseits erwartet, dass sie ihre öffentliche Aufgabe erfüllen. Andererseits handelt es sich bei ihnen um überwiegend privatwirtschaftliche Unternehmen, deren Gewinne umso größer sind, je mehr Publikum sie erreichen. Darum wird der vermutete Publikums-geschmack zum Entscheidungskriterium für Inhalte. Eine Folge dieser Entwicklung ist die zu beobachtende Boulevardisierung der Zeitungen. Ähnliches gilt auch für die öffentlich-rechtlichen Sender, die sich in manchen Formaten den privaten Sendeanstalten annähern.

Seit einiger Zeit befindet sich die Medienwelt in einem dramatischen Veränderungs-



prozess. Das Internet, das vor einigen Monaten seinen vierzigsten Geburtstag feiern konnte, stellt die Druckmedien wie die audiovisuellen Angebote vor neue Herausforderungen. Mittlerweile sind 65 Prozent der Bevölkerung Onlinenutzer, 1997 waren es erst 6,5 Prozent. Diesen Siegeszug ver-

dankt das Netz seinem grenzenlosen Raum. Wo im Fernsehen oder im Hörfunk die Sendezeit auf Sekunden begrenzt wird und oft die Einschaltquote den Inhalt bestimmt, zählt im Netz nur noch der Inhalt. Es gibt unzählige Spezialangebote mit relativ begrenzten Besucherzahlen wie auch massenwirksame Inhalte, über deren politische und kulturelle Relevanz man streiten kann. Unabhängige und gegengeprüfte Nachrichten, Dokumentationsangebote und investigativer Journalismus sind nach wie vor das Rückgrat unserer politischen Kommunikation. Diese werden zwar von allen Medien auch online angeboten; im unbegrenzten Netz aber kann jedermann zu geringen Kosten veröffentlichen, was immer seinem Hirn entspringt. Die Selektion seriöser Information muss dann individuell erfolgen.

Wie das Internet unsere politische Kommunikation verändert, ist deshalb Schwerpunktthema dieses Heftes. In ihm wird nach der Zukunft der Zeitung ebenso gefragt wie nach dem Engagement der Parteien im Netz. Eine besondere Aufmerksamkeit wird dem Qualitätsjournalismus zugewandt, dessen Glaubwürdigkeitsverluste die kommunikative Basis unserer Gesellschaft bedroht. ❖

Wolfgang Bergsdorf

Wolfgang Bergsdorf