

Politik und Medien

- Wirkungen der Politik auf die Medien
- Wirkungen der Medien auf die Politik
 - Wahlkampf
 - Videomalaise / Politikverdrossenheit
 - Agenda-Setting / Priming
 - Schweigespirale
 - Pseudo Events / symbolische Politik
- Mediennutzung und Medieninhalte

Rechtliche Grundlagen

- Art. 5: Pressefreiheit, für pluralistische Demokratie besonders wichtig (funktionelle Bedeutung)
- Technische Aspekte Teil der ausschließlichen Gesetzgebung des Bundes (Art. 73,7)
- Inhaltliche Bestimmung ausschließlich Ländersache (Kulturhoheit). Aber: Rahmengesetzgebung des Bundes zum Presserecht möglich (nicht realisiert)
- Länderübergreifende Regelungen per Staatsvertrag ohne Beteiligung des Bundes
- Sonderstellung der Deutschen Welle

Artikel 5 - Freiheit der Meinungsäußerung

- (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.
- (2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

Aufgaben der Medien

- Meinungsartikulation
- Information
- Kontrolle der Politik
- Politische Bildung / Sozialisation

Grundsätze

- Binnenpluralismus (öffentlich-rechtliche Sender)
- Außenpluralismus (private Sender, Presse)
- Landespressegesetze: Sorgfaltspflicht, Recht auf Zeugnisverweigerung, Recht auf Gegendarstellung u.ä (weitgehend einheitlich geregelt)

Struktur: Presse

- Privatwirtschaftlich organisiert
- Ca. 20000 Zeitschriften, hauptsächlich über Werbung finanziert
- Ca. 1600 Zeitungen, Sonntags- und Wochenblätter mit 140 Vollredaktionen
- Seit `45/^ 90 starker Konzentrationsprozeß
- Wenig überregionale Blätter, keine Parteipresse, Werbefinanzierung

Struktur: Rundfunk

- Gebührenfinanzierung, öffentliche Trägerschaft, Unabhängigkeit von der Regierung, föderale Struktur, Kontrolle durch gesellschaftliche Gruppen (Rundfunkrat)
- ARD 1950 als Arbeitsgemeinschaft der Länderanstalten gegründet
- 1959/61 Kontroverse um „Adenauer-Fernsehen“
- BVG (1961): Staatsferne und Länderkompetenz
- 1961 Gründung des ZDF, seit `64 Dritte Programme

Struktur: Rundfunk II

- Seit Mitte der 70er zweite medienpolitische Kontroverse („Rotfunk“, Finanzskandale)
- BVG: Länder haben Möglichkeit, private Anbieter zu lizenzieren (1981)
- 1984 Kabelpilotprojekt Ludwigshafen
- 1987 „Duale Rundfunkordnung“: Bestandgarantie für öffentlichen Rundfunk (Gebühren), Entwicklungschancen für Private (Werbebeschränkungen für Öffentlich-Rechtliche)

Neuere Entwicklungen

- Gründung länderübergreifender Anstalten im Osten
- Konzentrationsprozesse bei den Privaten
 - Bertelsmann, CLT, Springer und Kirch beherrschen das Fernsehen
 - Radio wird oft von Verlegern dominiert, die bereits ein lokales Pressemonopol haben
- Bewertung des Dualen Systems ist strittig

Medien im politischen System

- In einer Massendemokratie ist politische Kommunikation zum größten Teil medienvermittelt
- Regierung und Parteien verfügen nicht über eigene Medien und kommunizieren selbst mit ihren Mitgliedern zum großen Teil über Massenmedien
- Massenmedien wählen einen winzigen Ausschnitt der Wirklichkeit aus und stellen diesen in spezifischer Weise dar
- Massenmedien prägen das Bild, das Politiker und Bürger von der Politik haben

Stellenwert von Politik

- Inhalte: Regionales in Zeitungen und Lokalradios, überregionale Berichterstattung im Fernsehen (aber: Lokalfenster)
- Konvergenzhypothese: unterhaltungsorientiertes Mischprogramm
- Private: eher unterhaltungsorientiert
- Öffentliche: berichten häufiger, ausführlicher, prominenter und seriöser über Politik
- Große Unterschiede bei Radioprogrammen

Präsentation von Politik

- Format des Fernsehens führt zu
 - Personalisierung
 - Visualisierung
 - Emotionalisierung
 - Dramatisierung
 - Verkürzung
- Unterschiede zwischen Privaten und Öffentlichen
- Infotainment und Horse-Race-Journalism →
Medienwirkungen

Informationsquellen

- Informationsbeschaffung ist zeit- und kostenintensiv
- Vor allem kleinere Zeitungen sind auf Agenturen angewiesen, die eine Vorauswahl treffen
- Kleinere Sender übernehmen Bildmaterial
- In lokalen Kontexten werden Pressemitteilungen teilweise wörtlich übernommen
- Orientierung an Leitmedien (Spiegel, FAZ, SZ)

Faktoren der Nachrichtenauswahl

- Objektive/subjektive Eigenschaften des Ereignisses
- Objektive/subjektive Eigenschaften der Nachricht
- Werte/Ziele des Journalisten (polit. Einstellungen, Karriereorientierung)
- Formelle Vorschriften für Journalisten (Presserecht)
- Informelle Erwartungen an Journalisten (Redaktionslinie, Kollegenorientierung)
- Formelle Erwartungen (Weisungen des Verlegers oder Chefredakteurs)
- Organisatorische Zwänge (Zeit, Platzvorgaben)

(Pseudo-)Ereignisse

- Politik versucht, sich die Auswahlkriterien der Medien zunutze zu machen
- Medienlogik wirkt auf Wirklichkeit zurück
- Gestaltung von Ereignissen mit Blick auf Medientauglichkeit (Wahlparteitage)
- Ereignisse, die nur für Medien stattfinden (Pressekonferenzen, Präsentationen)
- Ereignisse, die erst durch Medien zum Ereignis werden (Schornsteinbesteigungen etc.)

„Instrumentelle Aktualisierung“

- Einstellungen des Journalisten äußern sich nicht nur in der Bewertung von Sachverhalten, sondern auch in der Auswahl von Nachrichten
- I.A.: Auswahl mit Blick auf die vom Journalisten gewünschten politischen Folgen
- Vor allem in Phasen des politischen Konfliktes interessant
- Dt. Journalisten verstehen sich als Meinungsbildner
- Ihre Einstellungen unterscheiden sich von der Bevölkerungsmehrheit

Mediennutzung: Umfang

- Spitzenposition in westlichen Ländern
- Faktische Vollversorgung der Haushalte mit Rundfunk-/Fernsehgeräten
- Reichweite: Radio → Fernsehen → Zeitung
- Täglicher Medienkonsum zwischen `64 und `90 auf 5,5 bis 6 Stunden verdoppelt, vor allem durch Radio und Fernsehen
- Reichweite *politischer* Informationen nimmt ebenfalls zu. Weniger als 10 Prozent der Bevölkerung werden von polit. Informationen nicht erreicht

Mediennutzung: Hintergründe

- Nutzung politischer Informationen hängt vor allem von Bildung und politischem Interesse ab
- Fernsehen gilt (vor allem bei Personen mit niedriger formaler Bildung) als das objektivste bzw. glaubwürdigste Medium
- Personen mit hoher Bildung/ hohem polit. Interesse informieren sich darüber hinaus aus Qualitätszeitungen

Selektive Mediennutzung

- Geht auf Pionierstudie von Lazarsfeld zurück
- Später mit Theorie der Dissonanzvermeidung (Festinger) in Verbindung gebracht
- Selektion:
 - Selektive Zuwendung
 - Selektive Wahrnehmung
 - Selektives Erinnern
- „Verstärkerhypothese“: Medien verstärken lediglich vorhandene Einstellungen, können sie aber nicht verändern

Selektive Nutzung:

Neue Ergebnisse (Donsbach)

- Zwei Drittel der Selektionserscheinungen gehen nicht auf Einstellungen, sondern auf Aufmachung und Nachrichtenfaktoren zurück
- Negative Meldungen über Politiker werden von allen gelesen, positive Meldungen von Anhängern
- Meldungen über politische Konflikte werden dann gefiltert, wenn sie eindeutig Position beziehen
- Fazit:
 - Selektion tritt auf, die Mechanismen können aber relativ leicht überspielt werden
 - untergeordnete Bedeutung beim Fernsehen

Medienwirkungen

- Vielzahl von Medienwirkungen: langfristige, kurzfristige, emotionale, kognitive, evaluative, Mikrowirkungen, Makrowirkungen
- Äußerst komplexes Feld
- Ergebnisse differieren stark, praktisch kein Befund ist unumstritten

Agenda-Setting-Ansatz

- Politik in modernen Gesellschaften ist komplex und befaßt sich mit einer Unzahl von Gegenständen
- Geringe Wirkung auf Einstellungen (was wir denken)
- Großer Effekt auf Wissen (worüber wir nachdenken)
- Beschränktes Interesse, beschränkte Kapazität
- Welche Themen gelangen ins Bewußtsein der Öffentlichkeit und gelten als wichtig? (Agenda!)
- Unterschiedlich starke Effekte in verschiedenen Politikfeldern

Priming

- Ist die Folge von Agenda-Setting
- Öffentlichkeit schreibt bestimmten Akteuren unterschiedliche Kompetenz für unterschiedliche Politikfelder zu
- Vom Aufschwung eines Themas profitieren die Akteure deshalb in unterschiedlicher Weise
- Einfluß der Medien auch ohne Änderung von Einstellungen

Pluralistic Ignorance

- Menschen kennen ihre eigenen Einstellungen zu einem Thema
- Von den Einstellungen ihres unmittelbaren Umfeldes haben sie eine vage Vorstellung
- Was „die Mehrheit“ denkt, erfahren sie aus den Medien. Deren Berichterstattung ist aber nicht repräsentativ, sondern von den Einstellungen der Journalisten geprägt.
- (Relativiert sich durch allgemeine Bevölkerungsumfragen)

„Schweigespirale“ (Noelle-Neumann)

- Basiert auf „pluralistic ignorance“
- Menschen fürchten sich vor Isolation
 - Wer glaubt, mit seiner Meinung in der Minderheit zu sein, schweigt
 - Wer glaubt, der Mehrheit anzugehören, äußert sich
- Rückkoppelungseffekt
- Soll vor allem bei konsonanter Berichterstattung auftreten
- Methodisch und politisch höchst umstritten

„Videomalaise“ / Politikverdrossenheit

- Unterhaltsame Darstellung untergräbt Autorität der Politik(er)
- Medien verleiten Politiker dazu, unhaltbare Versprechungen einzugehen
- Medien bevorzugen negative Nachrichten
- Läßt sich für Deutschland nicht eindeutig bestätigen. Zusammenhang zwischen Konsum von Unterhaltungsprogrammen und polit. Unzufriedenheit kann nicht ohne weiteres kausal interpretiert werden
- Medien vergrößern die „Wissenskluft“

Ausblick

- Individualisierung der Massenkommunikation
- Internationalisierung der Kommunikation
- Weiterhin steigende Bedeutung der Medien wg. Individualisierung
 - Weniger Kohärenz im unmittelbaren sozialen Umfeld
 - Bedeutungsverlust der intermediären Institutionen