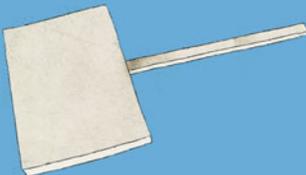


Wolfgang Schweiger



Der (des)informierte Bürger im Netz

Wie soziale Medien
die Meinungsbildung verändern



 Springer

Der (des)informierte Bürger im Netz

Wolfgang Schweiger

Der (des)informierte Bürger im Netz

Wie soziale Medien
die Meinungsbildung verändern

 Springer

Wolfgang Schweiger
Stuttgart, Deutschland

ISBN 978-3-658-16057-9 ISBN 978-3-658-16058-6 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-16058-6

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Umschlagbild: „Two businessmen holding a sign protesting“ von Jr Casas © Fotolia

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Demokratie und Rechtsstaat sind in Gefahr oder auf dem Rückzug, so hört und liest man immer wieder. In Polen und Ungarn schwächen rechtspopulistische Regierungen rechtsstaatliche Institutionen, um ihre Macht zu festigen. Ein ähnliches Bild bieten Recep Tayyip Erdoğan in der Türkei und Wladimir Putin in Russland. Sie und andere Staatenlenker kennen nur noch ‚Feinde‘ oder gar ‚Volksfeinde‘, die es auszuschalten gilt. Das klassisch demokratische Prinzip des fairen Wettbewerbs politischer Positionen, der mittels öffentlicher Debatten, unabhängiger Nachrichtenmedien und freier Wahlen ausgetragen wird, scheint hier ausgedient zu haben. Diskussionen oder Verhandlungen mit politischen Gegnern und politische Kompromisse gelten als Schwäche oder als Verrat am ‚Volkswillen‘. Fakten werden nach Bedarf verbogen und durch gefühlte Wahrheiten ersetzt – man spricht gar von „Post-Truth Politics“.¹ Das Faszinierende an der Sache: Alle diese Politiker wurden ursprünglich demokratisch gewählt und sind in ihren Ländern populär. Wie kommen so viele Bürger in so vielen Staaten zu dem Eindruck, diese Menschen und ihre Politik seien das Beste für ihr Land?

In vielen Ländern erstarben rassistische und populistische Kräfte. In den USA wurde jüngst mit Donald Trump ein Lügner und begnadeter Populist zum Präsidenten gewählt. Dass Gegner ernsthaft über seinen Geisteszustand diskutieren, hat die Wähler nicht abgeschreckt. In Österreich kämpft ein Rechtspopulist um das Amt des Bundespräsidenten, in Frankreich steht mit Marine Le Pen die Front National kurz vor der Übernahme des Élysée-Palasts. In Großbritannien schließlich gelang es Populisten, die Mehrheit der Bevölkerung von einem nicht nur wirtschaftspolitisch fragwürdigen Ausstieg aus der EU (Brexit) zu überzeugen. In allen diesen

1 William Davies: The Age of Post-Truth Politics. NYTimes.com vom 24.08.2016. http://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html?_r=0. Dieser und alle folgenden Links wurden sofern nicht anders angegeben zuletzt am 12.10.2016 abgerufen.

Ländern klaffen die politischen Positionen weit auseinander – eine Verständigung zwischen den Lagern scheint kaum mehr möglich.

Auch in Deutschland sind die Verhältnisse in Bewegung geraten: Die massenhafte Einreise von Flüchtlingen im Jahr 2015 hat in einem Teil der Bevölkerung zu einer Welle der Hilfsbereitschaft geführt. Ein anderer Teil lehnte die Aufnahme von Menschen aus islamischen Ländern kategorisch ab. Zehntausende stellten auf der Straße ihren dumpfen Rassismus zur Schau – allen voran bei den Pegida-Demonstrationen in Dresden. Auf Facebook und in anderen sozialen Medien überschlugen sich die Hass- und Hetzkommentare. Eine vormals rechtsliberale Partei wie die Alternative für Deutschland (AfD) mutierte in kürzester Zeit zu einem extremistischen Auffangbecken für Flüchtlingsgegner, Rassisten und Islamhasser und erzielte mit rechtspopulistischen Parolen bemerkenswerte Wahlergebnisse. Das Land scheint gespalten in Bürger, die die freiheitlich-demokratische Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland schätzen und – obgleich das nur bedingt zufriedenstellend ist – die etablierten Parteien wählen, und Wutbürger, die an einfache Lösungen glauben und das ‚Establishment‘ aus Politik, Wirtschaft und Medien rundweg ablehnen. Eine Debatte zwischen den Seiten scheint kaum mehr möglich zu sein, zu weit haben sich die Positionen auseinanderentwickelt.

Nüchtern betrachtet lässt sich der Erfolg der Rechtspopulisten mit ihren Hassparolen, radikalen Vereinfachungen und gefühlten Wahrheiten kaum erklären. Nach allen historischen Erfahrungen haben solche Rezepte nie zu einer echten Verbesserung der Lebensumstände geführt. Wie also kommt es, dass Populisten, Anti-Demokraten, Egoisten und Rassisten in so vielen Ländern mehr oder weniger große Teile der Bevölkerung auf ihre Seite ziehen? Und dass die Kluft zwischen ihren Anhängern und den politischen Gegnern immer unüberbrückbarer scheint?

Der Markt der Erklärungsversuche für eine wachsende Polarisierung zwischen Meinungslagern und Gesellschaftsgruppen ist groß: Ist es der Niedergang oder die Prekarisierung der Mittelschicht, wie Soziologen vermuten (Beck 1999)? Haben die etablierten Parteien den Kontakt zu ihren Wählern verloren, weshalb sich vor allem konservative Bürger in vielen parlamentarischen Demokratien nicht mehr repräsentiert fühlen, wie Politikwissenschaftler argumentieren (Patzelt & Klose 2016)? Liegt es an der Rücksichtslosigkeit des Kapitalismus und der Überforderung, die eine globalisierte Welt gerade für die geringer Qualifizierten bedeutet, wie manche Wirtschaftswissenschaftler mutmaßen (Stengel 2016)? Oder haben wir es mit einem sozialpsychologischen Phänomen von Menschen zu tun, die sich in Zeiten eines beschleunigten Wandels ängstigen, wütend sind und nach einer gemeinsamen, meist nationalen oder religiösen Identität suchen (Vorländer et al. 2016)?

Alle diese Ansätze treffen sicherlich auf die eine oder andere Weise zu. Mit diesem Buch möchte ich einen konkreteren Erklärungsversuch zur Debatte stellen:

Wenn Bürger irrational agieren und gegen ihre eigenen Interessen wählen, müssen sie schlicht unzureichend oder falsch informiert sein. Doch eine funktionierende Demokratie ist auf informierte, mündige Bürger, die zumindest an der Wahlurne rationale Entscheidungen treffen, angewiesen. Sich über das politische Geschehen zu informieren und eine Meinung zu bilden, gilt deshalb als Bürgerpflicht. Das betrifft alle Milieus und Bildungsgruppen, weil alle wählen und mitentscheiden dürfen. Doch gerade hier fällt in vielen Gesellschaften eine wachsende Kluft zwischen unterschiedlichen Gruppen auf.

Information und Meinungsbildung sind in demokratischen Gesellschaften seit jeher die vornehmliche Aufgabe journalistischer Medien. Sie informieren die gesamte Bevölkerung möglichst ausgewogen und objektiv über das politische Geschehen. Als so genannte ‚vierte Gewalt‘ beobachten und kritisieren sie nicht nur politische Akteure und deren Entscheidungen, sondern auch Wirtschaft, Kultur oder Sport. Ihre Macht beziehen Journalisten aus der Fähigkeit, politische Entscheidungen, Fehler oder Skandale ‚öffentlich zu machen‘, d. h. dafür zu sorgen, dass möglichst viele Bürger davon erfahren. Das funktionierte lange Zeit gut: Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften haben mit ihrer journalistischen Berichterstattung fast die gesamte Bevölkerung erreicht. Ende der 1990er-Jahre kamen ebenfalls journalistische Online-Nachrichten dazu. Doch in den letzten Jahren hat sich etwas geändert. Es fing vielversprechend damit an, dass im Internet eine schier unendliche Fülle nicht-journalistischer Angebote entstand. Soziale Medien wie Facebook, YouTube oder Twitter, Suchmaschinen und alternative Medien sind mittlerweile nicht nur populäre Informationsquellen. Sie bieten auch vielgenutzte Plattformen des Meinungs austausches.

Eine zunehmende Zahl von Menschen hat heute nur noch sporadischen Kontakt mit journalistischen Nachrichten oder lehnt sie gar kategorisch ab. Dabei ist der Journalismus von dem tiefgreifenden Strukturwandel – weg von den traditionellen Medien hin zur Online-Welt – ohnehin geschwächt. Er leidet unter sinkenden Erlösen in den traditionellen Medien und unter der weiterhin geringen Zahlungsbereitschaft der meisten Bürger für journalistische Leistungen im Internet. Dieser ökonomische Druck führt seit Jahren zu ständigen Einsparungen bei fast allen Nachrichtenmedien, die mit Einbußen bei der journalistischen Qualität und Unabhängigkeit einhergehen. Das bleibt auch dem Publikum nicht unbemerkt und verstärkt den Bedeutungs- und Vertrauensverlust journalistischer Nachrichten sowie den Aufstieg sozialer und alternativer Medien weiter.

Irgendetwas stimmt da nicht: Zu keiner Zeit standen Bürgern so umfassende Informationen und Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung wie heute im Internet. Viele machen davon rege Gebrauch. Andererseits kursieren so viele gefühlte Wahrheiten, Hassbotschaften, Fälschungen und Gerüchte, dass Eduard

Kaeser auch für den deutschen Sprachraum das „postfaktische Zeitalter“ ausgerufen hat: „An die Stelle des Faktums tritt das Faktoid.“² Die politische Informiertheit der Bevölkerung scheint *trotz* umfassender Informationen in Gefahr. Oder gerade *deswegen*? Nun ist die Vorstellung von einer Informationsflut, die Menschen überfordert und deshalb keinen Informationsgewinn bringt, schon älter. Neu ist hingegen die Beobachtung, dass eine Informationsflut aus wahren und unwahren Fakten, Meinungen und gefühlten Wahrheiten die Informiertheit von Bürger sogar verschlechtern kann. Viele Menschen scheinen dabei aber nicht *uninformiert*, sondern eher *desinformiert*³.

Legt man die zeitlichen Entwicklungskurven von Populismus und Polarisierung einerseits und die des Aufstiegs sozialer und alternativer Medien bei gleichzeitigem Bedeutungsverlust journalistischer Medien andererseits übereinander, stellt man fest, dass diese Prozesse parallel zu verlaufen scheinen. Begünstigen also Meinungskrieg und Desinformation im Netz den Aufstieg des Populismus und tragen zur Polarisierung der Gesellschaft bei? Der Nachweis einer Kausalität ist schwierig. Es könnte gut sein, dass soziale Medien lediglich ein Symptom einer sich generell verändernden Gesellschaft sind und keine Ursache für Veränderungen. Und natürlich sind es nicht soziale und alterative Medien oder die Schwächung des Journalismus allein, die unsere Demokratie gefährden. Die Wahrheit liegt auch hier – wie fast immer – in einem komplexen Zusammenspiel aller möglichen politischen, gesellschaftlichen, ökonomischen und psychologischen Ursachen. Trotzdem ist eines klar: Die immense Bedeutung, die Google, Facebook, YouTube usw. als Quellen der Information und öffentlichen Meinungsbildung mittlerweile haben, kann an unseren Demokratien nicht spurlos vorübergehen.

Meine Ausgangsthese lautet deshalb: *Wir leben in einer Zeit des Aufstiegs sozialer Medien und des Bedeutungsverlusts journalistischer Nachrichten. Das schwächt die*

2 Eduard Kaeser: Das postfaktische Zeitalter. NZZ.ch vom 22.08.2016. <http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/googeln-statt-wissen-das-postfaktische-zeitalter-ld.111900>.

3 Unter ‚Desinformation‘ und ‚desinformiert‘ verstehe ich ein Syndrom, das sich mit folgenden Begriffen umschreiben lässt: unangemessen, nur punktuell oder falsch informiert sein; von relevanten Themen oder Aspekten abgelenkt sein, pseudo-informiert oder vor lauter Informationen verwirrt sein. Desinformation kann von Urhebern intendiert sein oder fahrlässig in Kauf genommen werden. Sie kann aber auch rezipientenseitig durch unangemessene Informationsauswahl und Verarbeitung oder kognitive Überforderung entstehen. Der Begriff ist in der Kommunikationswissenschaft wegen seiner semantischen Vagheit und impliziten negativen Bewertung kaum gebräuchlich. Doch gerade deshalb ist er für dieses Buch ideal, erspart er mir doch komplexe Ausführungen über kognitive Strukturen, Prozesse und die daraus entstehenden Formen von Wissen. Der interessierte Leser sei auf die umfassende Darstellung von Wirth (1997) verwiesen.

politische Informiertheit und die Diskursfähigkeit der Bevölkerung und verstärkt die Polarisierung der Gesellschaft.

Die Kommunikationswissenschaft⁴ ist die zuständige Disziplin für Fragen der öffentlichen Kommunikation, Information und Meinungsbildung. Bereits 2011 hat der Spiegel-Autor Konrad Lischka das Fach aufgefordert, einmal zu untersuchen, wie sich der veränderte Kontakt vieler Bürger mit Nachrichten und politischen Inhalten in den sozialen Medien auf ihre Meinungsbildung auswirkt.⁵ Die Kommunikationswissenschaft hat sich über Jahrzehnte intensiv mit der Frage befasst, wie Bildungsunterschiede die Mediennutzung beeinflussen und zu Wissensklüften zwischen Bevölkerungsgruppen beitragen. Sie hat beobachtet, wie sich gesellschaftliche Gruppen in ihrer Internet-Nutzung unterscheiden. Lange Jahre war eine digitale Spaltung in Onliner und Offliner zu beklagen, die auf Einkommens-, Bildungs- und Statusdifferenzen beruhte.⁶ Heute sind zwar fast alle online, doch unterscheiden sich die Gesellschaftsgruppen weiterhin deutlich in der Art, wie und wofür sie das Internet nutzen. Die Kommunikationswissenschaft analysiert, wie sich Bürger ihre eigene Meinung bilden und welche Rolle dabei Medien und die Beobachtung der öffentlichen Meinung spielen. Das Fach liefert eine Fülle an Theorien, empirischen Befunden und praktischen Beobachtungen zur Rolle von Nachrichtenmedien, sozialen und alternativen Medien. Mit ihrer Hilfe lassen sich viele aktuelle Entwicklungen der Mediennutzung und bewertung, Information und Meinungsbildung recht gut erklären. Das Fach hat also viel zu bieten.

Dennoch ist die Kommunikationswissenschaft in der öffentlichen Debatte merkwürdig still. Das hat aus meiner Sicht zwei Gründe: Erstens existiert in der Disziplin seit Jahrzehnten die Neigung, die gesellschaftliche Bedeutung von Medien und ihre Effekte eher kleinzureden. Das liegt daran, dass sich die Öffentlichkeit hauptsächlich für negative Medienwirkungen interessiert: Die Verdummung durch das Fernsehen, soziale Isolation oder Pornografisierung durch das Internet, Gewalttaten als Folge exzessiven Computerspielens haben seit jeher mehr Aufmerksamkeit erzeugt als positive Effekte wie Medienunterhaltung oder eben Nachrichten

4 Die Kommunikationswissenschaft ist eine empirische Sozialwissenschaft, die relevante Theorien und Befunde aus Nachbardisziplinen (allen voran Politikwissenschaft, Soziologie und Sozialpsychologie) in ihre Analysen und Erklärungsversuche integriert. Ebenfalls gebräuchlich in der synonyme Begriff Publizistikwissenschaft. Forschung zur Produktion journalistischer Medien wird oft als Journalistik bezeichnet, die als Teilbereich der Kommunikationswissenschaft gelten kann.

5 Konrad Lischka: Die ganze Welt ist meiner Meinung. Spiegel.de vom 11.03.2011. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,750111,00.html>.

6 Siehe hierzu die ARD/ZDF-Offlinestudien unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=536>.

als Informationsquellen. Gleichzeitig bilden Kommunikationswissenschaftler an Universitäten und Hochschulen angehende Medienmacher und Öffentlichkeitsarbeiter aus und stehen meist in engem Kontakt mit diesen Branchen. Deshalb halten sie Medien und öffentliche Kommunikation lieber aus den meist negativen öffentlichen Debatten heraus.

Zweitens: Empirische Forscher scheuen eindeutige und starke Aussagen. Wer sich hinstellt und behauptet, dass (soziale) Medien in ihrem derzeitigen Zustand unsere Demokratien gefährden, wie ich das in diesem Buch tun werde, läuft Gefahr, als Pauschalisierer abqualifiziert und der Spekulation bezichtigt zu werden. Und damit haben diese Kollegen auch Recht. Denn viele Zusammenhänge sind extrem vielschichtig und komplex. Die damit verbundenen Annahmen lassen sich häufig nur ansatzweise empirisch bestätigen; es klaffen zahllose Forschungslücken. Will man die Bedeutung sozialer Medien für Information und Meinungsbildung *im Ganzen* nachzeichnen, wie es der vorliegende Band anstrebt, muss man gelegentlich mit der groben Kelle argumentieren, Forschungslücken interpolieren und ein gewisses Maß an Spekulation zulassen. Diese Anforderungen sind in der akademischen Kommunikationswissenschaft geradezu verpönt.

Was die Sache weiter erschwert: Häufig widersprechen sich Theorien und Befunde empirischer Studien. Für fast jedes Praxisbeispiel findet sich ein gegenteiliges Beispiel. Jede Diagnose und noch mehr jede Prognose kann durch anderslautende Befunde widerlegt werden.⁷ Dennoch machen Theorien und empirische Studien bestimmte Annahmen wahrscheinlicher und andere unwahrscheinlicher. Das Leitbild ist eine ‚Kumulation der Evidenz‘: Je mehr Studien gleichlautende Befunde zu einer Annahme zutage fördern, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Hypothese stimmt. Für die Leser eines Buches, das eine Reihe von Phänomenen im Zusammenhang beleuchten will, zu denen aufgrund der Dynamik des Feldes nur wenige und bruchstückhafte Forschungsergebnisse vorliegen, bedeutet das höchste Vorsicht: Fast jede Aussage und die meisten Befunde können sich als falsch herausstellen. Vieles wird sich bereits in naher Zukunft ändern.

Generell werden sozialwissenschaftliche Befunde in der öffentlichen Debatte häufig überinterpretiert, da empirische Studien grundsätzlich in Mittelwerten und Wahrscheinlichkeiten argumentieren, so gut wie nie in kategorischen Aussagen. Wenn ich beispielsweise in einer Studie formal niedrig gebildete Menschen analysiere, ist die *Wahrscheinlichkeit* hoch, dass ich auf Nutzer von Boulevardmedien stoße, die unzureichend politisch informiert sind. Das trifft aber keinesfalls auf

7 Dieser erkenntnistheoretischen Grundlage des kritischen Rationalismus nach Popper fühlen sich die meisten Kommunikationswissenschaftler verpflichtet, so natürlich auch ich.

jeden niedrig gebildeten Bürger zu. Im Gegenteil: Meist weicht ein erheblicher Teil der Untersuchten vom Durchschnitt ab.⁸ Das ändert aber nichts an der Aussagekraft des Mittelwertes. Leider aber laden diese offenkundig kontra-intuitiven, statistischen Konzepte zur Überinterpretation ein. Schnell heißt es dann, der Autor hätte geschrieben, alle ungebildeten Bürger seien unzureichend informiert. Um es vorwegzunehmen: In diesem Buch wird fast ausschließlich in Wahrscheinlichkeiten und Mittelwerten argumentiert. Die Gefahr, missverstanden zu werden, ist also hoch.

Trotz alledem: Das Thema, wie soziale Medien die politische Meinungsbildung verändern, ist zu groß und zu drängend, als dass man es aus akademischer Vorsicht ignorieren darf. Darum trage ich in diesem Band den kommunikationswissenschaftlichen Forschungsstand zusammen und verknüpfe ihn mit Praxisbeispielen und plausibel erscheinenden Überlegungen. Gleichzeitig bitte ich um Verständnis dafür, dass die ebenfalls relevante Literatur angrenzender Fächer – allen voran Politikwissenschaft, Psychologie und Soziologie – nur gelegentlich Einzug in diesen Überblick gehalten hat. Um es offen zu sagen: Ein so umfassendes Thema auch noch interdisziplinär zu bearbeiten, war mir als Einzelautor schlicht nicht möglich. Trotzdem wird ein umfassendes und – wie ich finde – durchaus konsistentes und beunruhigendes Bild entstehen. Ich hoffe, dass dieser Band die öffentliche und akademische Debatte zur Rolle sozialer Medien in der Demokratie bereichert und weiter verstärkt.

Danksagung: Ich möchte ganz herzlich Lara Brückner, Fabian Prochazka und Patrick Weber für die Literaturtipps und die Diskussionen im Büro, in der Mittagspause und darüber hinaus danken. Lara Brückner hat einen wesentlichen Teil der Literaturrecherche übernommen und manche schiefe Argumentation zurechtgebogen. Wertvolle Hinweise habe ich auch von Katrin Jungnickel und Patricia Müller bekommen. Ich danke meinen Studierenden an der Universität Hohenheim. Ihre Diskussionsbeiträge, Fragen und die Schilderungen ihrer Medienpraxis sind für mich immer wieder lehrreich und eine Quelle der Inspiration. Hilfreiche Ideen und Beobachtungen stammten auch von befreundeten Journalisten und Kommunikationspraktikern, darunter Alexander Praun, Martin U. Müller und Wolfgang Herles. Den Gästen meiner Hohenheimer Antrittsvorlesung im Januar 2015, in der ich erstmals Teile der hier vorgestellten Überlegungen vorgetragen habe, danke ich für die aufmunternde Resonanz. Hätte mein geschätzter Kollege Christoph Neuberger nicht irgendwann gefragt, wann es denn jetzt eigentlich eine Publikation des Vortrags gebe – ich hätte mich wohl vor der Herausforderung gedrückt. Mein

8 Statistiker wird es bei dieser vereinfachten Aussage gruseln. Sie soll das datenanalytische Konzept der Standardabweichung bzw. Varianz in einfache Worte fassen.

besonderer Dank geht an Barbara Emig-Roller vom Springer-Verlag. Als Lektorin hat sie das Projekt vom ersten Augenblick an mit Verve unterstützt. Wie immer danke ich meiner Frau Christine Diller, die erst meine kreisenden und teils wirren Gedanken zu diesem Thema ertragen und sortieren musste und später den Text redigiert hat. Und ich danke meiner Mutter, deren Leben sich, während ich diese Zeilen schreibe, dem Ende entgegen neigt.

Wolfgang Schweiger, Stuttgart im Oktober 2016

Inhalt

Vorwort	V
I Einleitung: Demokratie, Nachrichtenmedien und Internet	1
Ausgangspunkt	1
Der mündige Bürger und die Rolle journalistischer Medien	8
Aktuelle Trends – Journalismus unter Druck	14
Nutzungsdaten	18
II Nachrichtenjournalismus, alternative und soziale Medien	27
Nachrichtenjournalismus	27
Bürgerjournalismus und alternative Medien	42
Soziale Medien und öffentliche Bürgerkommunikation	55
III Informieren und Informiertheit online	69
Vertrauen in Journalismus und Qualitätswahrnehmung	69
Verbreitung, Auswahl und Zugang zu Nachrichten	78
Personalisierung, Filterblase und Netzwerk-Effekte	86
Politisches Interesse, Einstellungen und Nachrichtenkontakt	94
Konsequenzen	103
IV Öffentliche Meinung und Meinungsbildung online	113
Individuelle und öffentliche Meinung	113
Individuelle Meinungsbildung	119
Verzerrte Meinungsklimawahrnehmung	128
Gruppendynamische Prozesse und Polarisierung	145

V Im Fokus: die politisierte Bildungsmitte.	155
Politisierte Bildungsmitte – wer und warum?	155
Information und Meinungsbildung der politisierten Bildungsmitte im Netz	159
VI Schluss	181
Zusammenfassung	181
Wie geht es weiter und was können wir tun?	188
 Literatur	 199

Einleitung: Demokratie, Nachrichtenmedien und Internet

„Das Internet ist ein zwiespältiger Faktor der politischen Kultur geworden. Weil der Kontakt zum Gesprächspartner fehlt, sinken Empathie und steigt die sprachliche Verrohung. Individualisierte Suchergebnisse sorgen eher für die Bestätigung der eigenen Meinung als für die Auseinandersetzung mit Gegenpositionen. Debatten werden zudem durch die Fülle der Verschwörungstheorien und dreisten Lügen erschwert, die im Netz kursieren. Wer dank Internet ganz genau zu wissen glaubt, dass es Erderwärmung gar nicht gibt, mit dem kann ich über Klimapolitik nicht sinnvoll diskutieren. Und wer aus dem Internet verlässlich erfahren haben will, dass Flüchtlinge systematisch deutsche Streichelzoos wildern, um Ziegen zu schlachten (ja, auch so was wird verbreitet!), mit dem wird eine Debatte über Integrationspolitik sehr schwierig.“
Bundesjustizminister Heiko Maas¹

Ausgangspunkt

Demokratische Systeme stellen zwei zentrale Anforderungen an ihre Bürger: politische Informiertheit und politischer Meinungs-austausch. Nur umfassend und aktuell informierte Bürger sind in der Lage, ihre Bedürfnisse und Erwartungen kompetent mit den Angeboten der politischen Parteien abzugleichen, zwischen denen sie sich bei Wahlen entscheiden sollen, und sich so eine Meinung zu bilden. Und da politischen Entscheidungen immer ein Widerstreit von Interessen vorausgeht, die von Parteien und dem parlamentarischen System in der Regel nur unvollständig vertreten werden, sollten sich die wohlinformierten Bürger an

1 Heiko Maas: Wir müssen reden, Leute. Zeit.de vom 17.06.2016. <http://www.zeit.de/2016/26/streitkultur-diskussion-argumente-rechtspopulismus>.

öffentlichen Diskursen aktiv beteiligen und versuchen, ihre Forderungen im fairen und sachorientierten Austausch von Argumenten durchzusetzen. So sieht es zumindest das Habermas'sche Ideal des öffentlichen Diskurses unter informierten Bürgern vor (Habermas 1981).

Tatsächlich hat sich das Internet in den letzten zwei Jahrzehnten zu einem leistungsfähigen und allumfassenden Informations-, Diskurs- und Meinungsbildungs-Kosmos entwickelt. Die Utopie des Microsoft-Gründers Bill Gates, „Information at your fingertips“, ist Realität geworden: Der komfortable und kostenlose Zugriff auf nahezu alle Information gilt heute als selbstverständlich. Der ‚Wahl-O-Mat‘ hilft sogar, die inhaltlich am besten passende Partei zu finden. In zahllosen sozialen Medien können Bürger eigene Inhalte veröffentlichen und mit anderen Bürgern wie mit Politikern, Parteien, Unternehmen und Institutionen in Dialog treten. Die Liste sozialer Medien mit von Nutzern generierten Inhalten (‚User-Generated Content‘) reicht von Nachrichten-Websites mit Kommentarbereichen, über Diskussionsforen, Konsumenten- bzw. Bewertungsportale (z. B. yelp, tripadvisor), Upload-Portale (YouTube, flickr, Instagram usw.), Blogs und Mikro-Blogs (Twitter) bis hin zu Social Network Sites² (SNS) wie Facebook, Google+, LinkedIn oder Xing. Auch wenn sich nur ein kleiner Teil der Onliner aktiv mit eigenen Inhalten an politischen Diskussionen beteiligt (dazu später mehr), ist das Ausmaß öffentlicher Debatten in Internet und Social Media riesig. Manche Autoren sprechen in Anlehnung an den Journalismus als vierte Gewalt sogar von einer fünften Gewalt im Staat.³ Im Jahr 2001 lässt Donath seiner Euphorie freien Lauf:

„Mit den ständig erweiterten und intensivierten Informations- und Interaktionskapazitäten werden gesellschaftspolitische Urgewalten in einer Weise freigesetzt und Individuen und Gruppierungen in einer Dimension entfesselt, die sich auf Dauer tiefgreifend auf kommunaler, regionaler, nationaler, multinationaler wie globaler Ebene in allen überkommenen politischen Ordnungen niederschlagen werden.“ (Donath 2001: 16)

In letzter Zeit sind verstärkt problematische Öffentlichkeitsphänomene im Internet ins Blickfeld geraten: Nutzerkommentare auf Nachrichten-Websites sind häufig un-

-
- 2 boyd & Ellison (2007: 211) definieren Social Network Sites als „web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.“
 - 3 Z. B. Richard Gutjahr: Die fünfte Gewalt. Krautreporter.de vom 26.11.2014. <https://krautreporter.de/171--die-funfte-gewalt> oder Bernhard Pörksen: Die fünfte Gewalt des digitalen Zeitalters. Cicero.de vom 17.04.2015. <http://www.cicero.de/berliner-republik/trolle-emporerungsjunkies-und-kluge-koepfe-die-fuenfte-gewalt-des-digitalen>.

sachlich, gehen am Thema vorbei und ergehen sich in Pöbeleien und Beschimpfungen Andersdenkender – und das, obwohl fast alle Nachrichtenmedien Nutzerkommentare kontrollieren und regulieren (Singer 2011). Faire und sachliche Diskussionen zwischen Vertretern unterschiedlicher Meinungen scheinen kaum möglich zu sein.

Auch von manipulierten Nutzerkommentaren ist die Rede. Es gibt gar Hinweise darauf, dass der Kreml professionelle ‚Trolle‘⁴ beauftragt, die die Kommentarspalten und Facebook-Seiten westlicher Medien mit pro-russischen Aussagen fluten.⁵ Unternehmen lassen im Zuge der sogenannten Guerilla-PR Fake-Kommentare verbreiten, wie man unter anderem aufgrund eines aufgeflogenen Falls der Deutschen Bahn weiß.⁶ Auch vermeintlich authentische Blogger vertreten nicht immer nur ihre persönliche Meinung. Sie werden häufig von Unternehmen gesponsert, um deren (Werbe-)Botschaften zu verbreiten. ‚Social Bots‘ genannte Computerprogramme imitieren sogar Nutzerprofile und fluten Diskussionen mit vermeintlich authentischen Kommentaren, die sie mit Textbausteinen bestücken.⁷

Noch schlimmer geht es auf Facebook und manchen alternativen Blogs bzw. Video-Blogs zu. Dort verbreiten sich Lügen, Falschmeldungen (Hoaxes) und Halbwahrheiten wie z. B. die Warnung vor einer vermeintlichen bulgarischen und rumänischen Organmafia im Frühling 2014, die „jetzt auch in Deutschland auf der Jagd nach Kindern und Jugendliche (sic!)“ ist, um deren Organe zu verkaufen. Nun wurde schon immer auch Unsinn veröffentlicht. Wenn aber ein solcher Post auf Facebook knapp 100.000-mal geteilt wird, haben wir es mit einer neuen Qualität von Reichweite zu tun. Ein anderes Beispiel: Es gibt die absurde Verschwörungstheorie, dass die im europäischen Vergleich überdurchschnittliche wirtschaftliche Leistungsfähigkeit Deutschlands gezielt geschwächt werden soll, um den Euro zu retten, und Kanzlerin Merkel diesem Plan in einem Geheimdokument zugestimmt

4 „Als Troll bezeichnet man im Netzjargon eine Person, welche die Kommunikation im Internet fortwährend und auf destruktive Weise dadurch behindert, dass sie Beiträge verfasst, die sich auf die Provokation anderer Gesprächsteilnehmer beschränken und keinen sachbezogenen und konstruktiven Beitrag zur Diskussion darstellen.“ (<http://www.mimikama.at/allgemein/trollerei-auf-facebook/>)

5 Vgl. die ausführliche Analyse von Peter Pomerantsev: Inside the Kremlin’s hall of mirrors. *theguardian.com* vom 09.04.2015: <http://www.theguardian.com/news/2015/apr/09/kremlin-hall-of-mirrors-military-information-psychology>.

6 Bahn räumt verdeckte PR-Aktionen ein. *Spiegel.de* vom 28.05.2009. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,627421,00.html>.

7 Adrian Lobe: Gefährden Meinungsroboter die Demokratie? *Spektrum der Wissenschaft* vom 14.10.2016. <http://www.spektrum.de/news/gefaehrden-meinungsroboter-die-demokratie/1426157>. Einen interessanten Überblick über das übergeordnete Konzept des ‚Digital Astroturfing‘ liefern Kovic, Rauchfleisch & Sele (2016).

hat. Der Text, der den Fund dieses Geheimdokuments erläutert, trägt den Titel „Geheim-Dokument: Die Zerschlagung Deutschlands auf alle Zeiten hinaus ist Programm“. Sucht man nach dieser Zeichenkette, bekommt man über tausend Google-Treffer. Zudem wurde der Text auf einer einzigen Webseite mittels Facebook-Plugin 4.000-mal geteilt. Eine besonders perfide Erscheinung ist das Anonymous Kollektiv. Die mittlerweile abgeschaltete Facebook-Seite hat den Namen der kapitalismuskritischen Anonymous-Bewegung gekapert. Sie hat täglich Lügen und Verdrehungen tagesaktueller Nachrichten mit meist rassistischer Tendenz gepostet und es damit auf fast zwei Mio. Fans gebracht. Ein weiteres Sammelbecken für Verschwörungstheorien, Halbwahrheiten und immer radikalere Nutzerkommentare war die mittlerweile ebenfalls abgeschaltete Facebook-Seite der Dresdner Anti-Islam- und Anti-Flüchtlings-Gruppe Pegida mit zuletzt über 200.000 Fans (Stand 20.05.2016). Auch mehr oder weniger satirische Fake-Profile von Politikern (z. B. @berniethoughts oder @GrumpyMerkel auf Twitter) und Fake-Nachrichten-Websites (in Deutschland extrem erfolgreich: Der Postillon) verwirren so manchen Bürger. Leider ist es kaum möglich, die tatsächliche Verbreitung solcher Quellen genau nachzuvollziehen. Dennoch erscheint es plausibel, dass ihre Botschaften allein in den deutschsprachigen sozialen Medien Millionen Menschen erreichen. Ob und wie diese Aussagen auf sie wirken, wird zu diskutieren sein.

Gleichzeitig sinkt das Vertrauen vieler Bürger in den klassischen Journalismus. Zu dieser Medienverdrossenheit tragen vermutlich auch echte Qualitätseinbußen im Journalismus bei. Sie sind Folge einer zunehmend schwierigen Finanzierungssituation mit unübersehbaren Folgen: Redaktionen werden immer wieder verkleinert, um Geld zu sparen. Der Zeitdruck bei der journalistischen Arbeit steigt. Die journalistische Abhängigkeit von Werbung und PR wächst. Zudem sind Journalisten gehalten, möglichst massenattraktive Inhalte zu produzieren, um maximale Publikumsreichweiten zu erzielen. Das Vertrauen vieler Bürger in Journalismus leidet auch unter den weit verbreiteten Vorwürfen einer ‚grün-linken‘, ‚politisch korrekten‘ Mainstream-Presse, die mit der Politik unter einer Decke stecke und abweichende Meinungen nicht zulasse. Der hierauf anspielende Ausdruck der „Lügenpresse“ wurde sogar „Unwort des Jahres 2014“. Nun ist die Vertrauenskrise des Journalismus kein reines Online-Phänomen. Allerdings findet man gerade bei den Online-Medien auffallende Qualitätsmängel; der starke Druck, aktuell zu sein, und die Orientierung an massenattraktiven Boulevard-Inhalten sind hier besonders eklatant. Gleichzeitig verbreiten sich die Lügenpresse-Vorwürfe gerade in den sozialen Medien und stoßen dort auf riesige Resonanz.

Diese Entwicklungen und die Möglichkeit, im Internet mit bescheidenen Mitteln vergleichsweise professionelle Angebote erstellen zu können, haben schließlich zu einer Fülle alternativer Medien beigetragen. Die meisten von ihnen lehnen das

politische und mediale Establishment ab. Mit häufig rechtskonservativen und rassistischen Kommentaren sowie mehr oder weniger korrekten Fakten versuchen sie Stimmung zu machen. Einige von Ihnen, wie zum Beispiel die ‚Deutschen Wirtschaftsnachrichten‘ oder die ‚Junge Freiheit‘, erreichen bemerkenswerte Reichweiten.

Viele öffentliche Debatten sind sowohl in den journalistischen als auch sozialen Medien von Hysterie geprägt, tragen häufig wenig zur Klärung gesellschaftlicher Probleme bei und verebben schnell wieder. 2013 löste beispielsweise Anne Wizorek mit ihrem Twitter-Hashtag #Aufschrei eine kurzzeitige Sexismus-Debatte aus. Trotz 57.000 Tweets innerhalb einer Woche und einer intensiven Medienberichterstattung brach die Debatte nach einigen Tagen abrupt ab.

Die Folgen all dessen beschreibt Mathias Müller von Blumencron Anfang 2015 in drastischen Worten:⁸

„Das Internet hat sich in den vergangenen Jahren zu einer gewaltigen Empörungsmaschine entwickelt, einer Gerüchteschleuder, zu einem Propagandavehikel für jede noch so obskure Theorie. Die eingebildete Wahrheit verdrängt die Fakten, eine scheinbare Welt die Realität. (...) Das Netz droht von einem Medium der Information zu einem Vehikel der Desinformation zu werden. Wer sucht, der findet für jede noch so abwegige Ansicht eine Theorie. (...) Statt Informationen gezielt abzurufen, warten Millionen darauf, dass sie bei ihnen vorbeisegeln, in ihrer Timeline auftauchen oder in ihrer Inbox. Infofetzen fliegen heute vor den Netznutzern entlang wie Herbstlaub im Sturm. Woher sie eigentlich kommen, von welchem Baum sie stammen, ob sie authentisch oder manipuliert sind, ob sie sauber recherchiert oder mehr oder weniger geschickte Propaganda sind, lässt sich immer weniger feststellen. Und es scheint auch eine immer geringere Rolle zu spielen. Wichtiger als der Absender einer Information ist für viele der Übermittler geworden – der Freund, ein bei Facebook bekanntermaßen eher flüchtiger Geselle. Er ist in kürzester Zeit zum wichtigsten Kuraten geworden. Was der Freund weiterreicht, bekommt Gewicht: Es wird ja wohl stimmen. Kettenmails mit geschickt verdrehten Tatsachen prägen das vermeintliche Faktenwissen von Millionen – und werden umgehend weitergeleitet. (...) Die Algorithmen der Suchmaschinen verstärken den Effekt. Google passt seine Ergebnisse den Interessen des Suchenden an. Wer nach der Weltverschwörung sucht, der landet schnell in einem Schwarm der Weltverschwörer, der sich auf der richtigen Seite der Matrix wähnt, während der Rest der Welt vermeintlich in Unwissen dahindämmert.“

Das mag als Einstieg genügen und eines klarmachen: Das Internet bietet zwar alle technischen Voraussetzungen für eine öffentliche Arena, in der alle Meinungen zusammenkommen und sich in einem offenen und fairen Diskurs austauschen. Die Praxis sieht aber anders aus: Die online verfügbaren Nachrichten und Infor-

8 Mathias Müller von Blumencron: Unsere tägliche Desinformation. FAZ.net vom 12.01.2015. <http://www.faz.net/aktuell/politik/das-internet-als-propagandavehikel-obskurer-theorien-13364530.html>.

mationen werden immer mehr, immer unübersichtlicher und immer heterogener. Die Qualität journalistischer Medien lässt nach und viele Bürger verlieren das Vertrauen in sie. In den sozialen Medien sind sie immer öfter mit Pöbeleien, Lügen, gefühlten Wahrheiten und Hasstiraden konfrontiert, die sich noch dazu massenhaft verbreiten. Echte Diskussionen zwischen Andersdenkenden finden nur selten statt; meist bleiben die politischen Lager unter sich. Dass all das negative Folgen für die politische Informiertheit und Meinungsbildung der Bürger hat, erscheint unausweichlich. Das Resultat sind Desinformation, Diskursunfähigkeit und Polarisierung.

Die folgenden Kapitel des Buches greifen diese Beobachtungen und Überlegungen auf und führen sie mit dem aktuellen Forschungsstand zusammen. Wir werden dabei auf viele weitere Phänomene und Probleme einer sich wandelnden Internet-Öffentlichkeit stoßen, mit denen man nicht unbedingt rechnet, die jedoch erhebliche Auswirkungen haben.

Kapitel I vertieft, welche Bedeutung Journalismus bzw. Nachrichtenmedien in der Demokratie haben und welche grundsätzlichen Veränderungen sich durch das Internet ergeben. Ausgewählte Nutzungsstatistiken vermitteln einen Eindruck von der heutigen Relevanz onlinebasierter Informationsquellen und sozialer Medien als Kanäle der Informationsverbreitung und Meinungsäußerung.

Kapitel II nimmt die heute wichtigsten Informationsquellen und ihre Inhalte genauer unter die Lupe. Hier zeigt sich, dass die Unterscheidung zwischen journalistischen und nicht-journalistischen Angeboten schwieriger ist, als man glaubt. Online wird sie noch schwieriger. Auch die Definition des vordergründig eindeutigen Begriffs ‚Nachrichten‘ löst sich im Internet auf. Das ist deshalb von Interesse, weil umfassende, ausgewogene und vertrauenswürdige Nachrichtenangebote von unabhängigen und professionellen Journalisten unter Online-Bedingungen für die Gesellschaft weiter an Bedeutung gewinnen. Dabei stehen sie in unmittelbarer Konkurrenz mit alternativen und sozialen Medien. Dort entstehen massenhaft Inhalte, deren Wahrheitsgehalt und Qualität jedoch für ihre Empfänger häufig nicht auszumachen ist – ein Problem, das auch auf Suchmaschinen zutrifft. Soziale Medien sind nicht nur ein Kanal zur Verbreitung von Inhalten. Sie erlauben es Bürgern auch, sich öffentlich miteinander auszutauschen. Auch wenn es politische Diskussionen schon immer gegeben hat, etwa im Wirtshaus oder bei Demonstrationen, erreicht öffentliche Bürgerkommunikation online weitaus mehr Menschen. Diese und andere Eigenschaften machen sie nicht nur leistungsfähiger, sondern im Fall des Missbrauchs auch bedrohlicher.

Kapitel III wendet sich der Frage zu, wie sich Bürger im Internet über das politische Geschehen informieren und wie sie dabei mit den unterschiedlichen Quellen und Inhalten umgehen. Wie sich zeigt, läuft die Verbreitung, Nutzung und Beurteilung von Nachrichten und anderen Informationen online nach anderen Regeln ab als in

der traditionellen Medienwelt. Dabei stehen drei Phänomene im Mittelpunkt: (1) Personalisierung steht für die inhaltliche Anpassung von Angeboten an die Vorlieben ihrer Nutzer, teilweise ohne deren Zutun und Wissen. (2) Granularisierung meint den Rückgang der ganzheitlichen Nutzung integrierter Nachrichtenangebote (z. B. das vollständige Lesen einer Zeitungsausgabe) zugunsten eines punktuellen Zugriffs auf isolierte Inhalte. Das zeigt sich beispielsweise daran, dass gerade jüngere Menschen seltener ganze Nachrichten-Websites durchstöbern, um einen Nachrichtenüberblick zu bekommen. Stattdessen kommen sie eher auf Facebook oder Google mit einzelnen, zusammenhanglosen Nachrichten-Posts in Kontakt. (3) Je mehr Personalisierung und Granularisierung Nutzerkontakte mit Inhalten prägen, desto stärker werden diese von persönlichen Interessen und Einstellungen gesteuert. Gerade die sozialen Medien präsentieren Nutzern überwiegend Informationen, die deren Weltbilder und Meinungen bestätigen. Unerfreuliche, unerwünschte oder, wenn man so will, unbequeme Inhalte werden sukzessive herausgefiltert. Damit wird ein breiter Nachrichtenüberblick unwahrscheinlicher. In der ‚Komfortzone‘ bzw. ‚Filterblase‘ sozialer Medien sinkt auch die Bereitschaft und Fähigkeit von Bürgern, solche Nachrichten zu akzeptieren und zu glauben, die der eigenen Einstellung widersprechen. Dies ist vermutlich eine wesentliche Ursache für die derzeitige Vertrauenskrise des Journalismus, da dieser sein Publikum – will er ausgewogen sein – zwangsläufig mit unbequemen Wahrheiten konfrontiert.

Kapitel IV analysiert, wie sich dieses Informationsverhalten im Zusammenspiel mit einer veränderten öffentlichen Bürgerkommunikation im Internet auf die Meinungsbildung des Einzelnen und damit letztlich auf die gesamte öffentliche Meinung auswirkt. Menschen orientieren sich bei ihrer Meinungsbildung stark an ihrem sozialen Umfeld und der dortigen Stimmung (Konformität). Je wichtiger soziale Medien werden, desto stärker prägt das dortige Meinungsklima die Wahrnehmung des Einzelnen. Wenn aber Menschen online überwiegend in Kontakt mit Inhalten und Meinungen stehen, die ihren Weltbildern und Einstellungen entsprechen, dann halten sie diese eher für repräsentativ für die Gesamtbevölkerung. Und dann sind sie auch eher bereit, ihre Meinung öffentlich auszusprechen. In den Filterblasen sozialer Medien entstehen so genannte Echokammern, in denen die Anhänger einer politischen Position immer lauter werden, sich gegenseitig immer weiter aufschaukeln und immer extremere Meinungen artikulieren. Die Folge ist eine zunehmende Unfähigkeit, mit Vertretern anderer Positionen zu diskutieren, und damit letztlich die Polarisierung der Gesellschaft.

Kapitel V schließlich fokussiert sich auf ein Bevölkerungssegment, das sich im Lauf des Buches als besonders interessant erweist: die Gruppe stark politisierter Bürger mit durchschnittlicher formaler Bildung, die sich über soziale und alternative Medien informieren. Bekanntlich passt diese Beschreibung zu vielen Anhängern

von Donald Trump, der österreichischen FPÖ, Pegida und der AfD – kurzum zu populistischen Bewegungen, die von desinformierten Bürgern profitieren. Hier wird besonders augenscheinlich, wie sich die Veränderungen in politischer Information, öffentlicher Bürgerkommunikation und Meinungsbildung unter Online-Bedingungen auf Teile der Gesellschaft und damit die gesamte Demokratie auswirken.

Der mündige Bürger und die Rolle journalistischer Medien

Demokratie ist die Herrschaft aller Bürger. Die Bürger entscheiden dabei selbst, wie sie gemeinsam leben wollen. Jede Form von gemeinsamem Leben wirft Probleme und Konflikte zwischen Interessen auf, die einer Lösung bedürfen. Dazu sind folgende Schritte nötig: (1) Die Verständigung und Einigung darauf, welche Probleme anzugehen sind. (2) Die Verständigung über Lösungsmöglichkeiten und Einigung auf eine konkrete Lösung. (3) Die Akzeptanz der Lösung auch unter denjenigen, die eine andere Lösungsmöglichkeit bevorzug(t)en, obgleich die Lösung von ihnen Opfer erfordert.

Da sich unmöglich alle Bürger an diesem Kommunikations- und Entscheidungsprozess beteiligen können, entstand das Prinzip der repräsentativen Demokratie. Hier bestimmen die Bürger – in freien, gleichen und geheimen Wahlen – Parteien und Politiker als Repräsentanten, deren Aufgabe laut Verfassung darin besteht, die relevanten Probleme zu erkennen, zu diskutieren und zu lösen. Auch wenn die Bürger die Probleme also nicht selbst lösen, bleiben Anforderungen an sie bestehen: Sie müssen *informiert* sein und sich auf dieser Basis eine eigene *Meinung bilden*. Das Zusammenspiel aus Informiertheit bzw. Information einerseits und Meinungsbildung andererseits lässt sich weiter konkretisieren:

Information: Bürger müssen die demokratischen Kommunikations- und Entscheidungsprinzipien grundsätzlich verstehen, die aktuell lösungsbedürftigen Probleme und Konflikte zumindest ansatzweise überblicken, die relevanten politischen Akteure, ihre Lösungsvorschläge und Argumente kennen sowie über die Meinungsverteilung in der Bevölkerung hierzu orientiert sein.

Meinungsbildung: Nur informierte Bürger sind befähigt, sich aus der Palette politischer Forderungen und Lösungen für diejenigen zu entscheiden, die ihre persönlichen Wünsche an und Vorstellungen vom gesellschaftlichen Zusammenleben am besten erfüllen. Nur sie können die Repräsentanten wählen, die sich wirklich für ihre Interessen einsetzen.

Für die Vermittlung dieser Kenntnisse und Fähigkeiten haben sich zwei Systeme herausgebildet. Das eine ist das *Bildungssystem*, das allen voran die Schulen umfasst.

Ihr Fokus liegt in der Vermittlung allgemeiner und nicht-tagesaktueller *politischer Bildung*. Schüler sollen erfahren, wie Demokratie funktioniert, was Demokratie kann und was nicht, wie mühsam und unbefriedigend politische Kompromisse meist sind, welche politischen Akteure es gibt, welche Strategien diese üblicherweise anwenden usw. Tagesaktuelle Themen und Probleme können nur behandelt werden, wenn es die Lehrpläne zeitlich zulassen. Da die Schulausbildung auf die Lebensphasen der Kindheit und Jugend begrenzt ist, gewinnen im Erwachsenenalter Bildungseinrichtungen wie Hochschulen, Volkshochschulen, politische Stiftungen oder die Bundeszentrale für politische Bildung an Bedeutung. Allerdings erreichen sie weit weniger Bürger als es Schulen tun, und auch hier dominieren nicht-tagesaktuelle Themen. Das zweite System ist der *Journalismus*. Journalistische Medien, also Tages- und Wochenzeitungen, TV- und Radionachrichten sowie Nachrichten-Websites, vermitteln allgemeines gesellschaftsrelevantes Wissen und aktuelle politische Informationen gleichermaßen.

Unter Rückgriff auf die genannten demokratietheoretischen Anforderungen an Bürger kann man die Aufgaben des Journalismus über die politische Bildung hinaus folgendermaßen beschreiben.

Agenda-Setting: Journalistische Medien informieren die Bürger über die wichtigsten aktuellen Themen, d.h. über die politischen Probleme, die im Staat am dringendsten gelöst werden müssen. So wesentlich die Agenda-Setting-Funktion für die Gesellschaft ist, so umstritten ist die Relevanz einzelner Themen. Während beispielsweise die einen den Klimawandel für ein hochgradig drängendes Problem halten, zweifeln andere daran, ob es ihn überhaupt gibt oder welchen Einfluss der Mensch darauf hat. So gesehen geht es bei der Agenda-Setting-Funktion des Journalismus nicht nur darum, die Bevölkerung über relevante Themen zu informieren, sondern auch von deren Bedeutung zu überzeugen.⁹ Dass journalistische Medien tatsächlich einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Bedeutung von Themen in der Bevölkerung haben, gilt empirisch als unbestritten (Wanta & Ghanem 2007).

Politikvermittlung: Der Journalismus bietet allen politischen Interessen und ihren Vertretern ein faires Debattenforum, in dem sie ihre Positionen und Argumente vortragen können. Auf diese Weise lernen die Bürger die wichtigsten Akteure und ihre Forderungen und Lösungsvorschläge kennen.

Kritik und Kontrolle: Der einzelne Bürger ist kaum in der Lage, das tatsächliche Verhalten politischer Akteure, die Legitimität ihrer Interessen sowie die

9 Diese Aussage steht kurioserweise im Kontrast zu Teilen der kommunikationswissenschaftlichen Literatur, die Agenda-Setting dezidiert als reinen Informations- und nicht als Persuasionseffekt versteht (vgl. Rössler 1997: 11ff.; Kosicki 1993: 103ff.). Doch das soll den weiteren Gang der Argumentation nicht stören.