



Das Schulprojekt der Mediengruppe Oberfranken

fränkischer Tag

Rundschau

inFranken.de

Coburger  
Tageblatt

DIE KITZINGER

Saale-Zeitung

**KLARTEXT!**  
DAS SCHULPROJEKT

# 4

## Kapitel 4

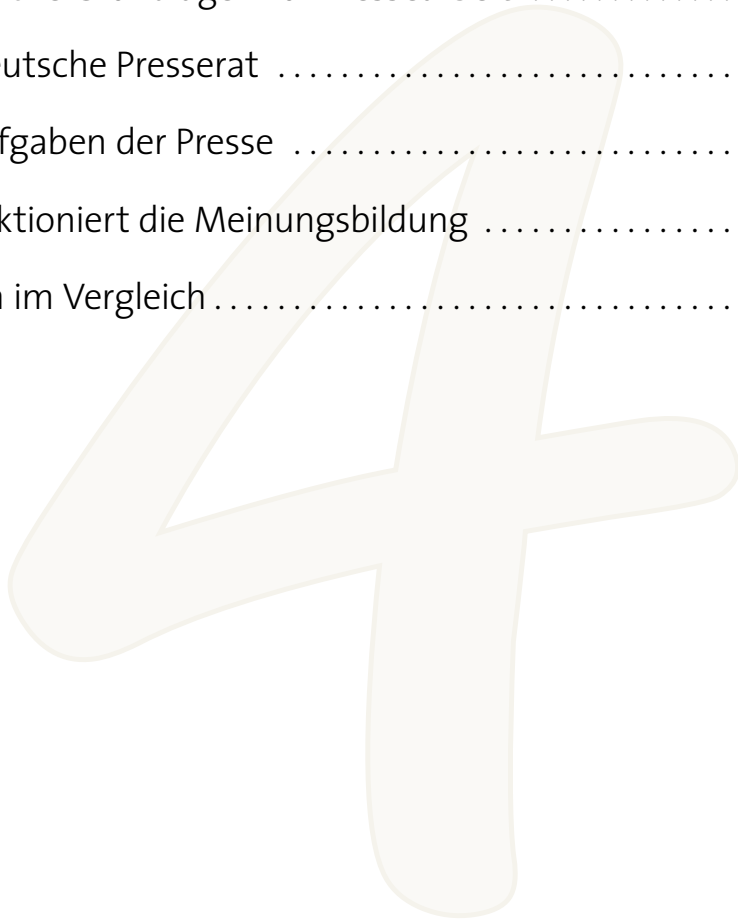
---

### Medien und Meinung



## Kapitel 4: Medien und Meinung

1. Gesetzliche Grundlagen zur Pressearbeit .....	S. 111
2. Der Deutsche Presserat .....	S. 113
3. Die Aufgaben der Presse .....	S. 114
4. So funktioniert die Meinungsbildung .....	S. 115
5. Medien im Vergleich .....	S. 117





## 4. Medien und Meinung, Gesetzliche Grundlagen zur Pressearbeit

### Gesetzliche Grundlagen

#### Artikel 20 Grundgesetz:

„Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus.“

Weiter heißt es: „Sie wird vom Volke in Wahlen und Abstimmungen und durch besondere Organe der Gesetzgebung (= Legislative: Bundestag, Bundesrat), der vollziehenden Gewalt (= Exekutive: Regierung und Verwaltung) und der Rechtsprechung (= Judikative: Gesetze, Gerichte) ausgeübt.“

Demokratie braucht Meinung:

- weil Entscheidungen gefällt werden müssen.
- weil Bürger wählen können.

Das bedeutet:

Die Menschen in Deutschland bestimmen über Wahlen, wer sie regieren soll. Damit sie aber eine Wahl treffen können, müssen sie über die Parteien und ihre politischen Ziele Bescheid wissen. Hier sind die Medien gefragt: Sie sollen die Bevölkerung mit einer umfassenden und wahrheitsgemäßen Berichterstattung informieren. Mit Kommentaren und Hintergrundberichten regen sie zudem die Zeitungsleser, Radiohörer und Fernsehzuschauer an, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Die Medien müssen Missstände aufdecken. Man spricht oft von der „**vierten Gewalt**“ (neben Legislative, Exekutive und Judikative): Zeitungen, Fernsehen, Internet und Radio haben so etwas wie eine „Wachhund-Funktion“ inne. Wenn beispielsweise Politiker vor ihrer Wahl bestimmte Dinge versprochen haben, etwa, dass sie das Büchergeld für Schüler abschaffen wollen, und diese Versprechen dann nach der Wahl nicht einlösen, also zum Beispiel das Büchergeld beibehalten oder sogar erhöhen, dann müssen die Medien darüber berichten.

#### Artikel 5 Grundgesetz:

„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.“

Eine Zensur findet nicht statt.

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.“

Dieser Artikel garantiert:

- die Meinungsfreiheit
- die Informationsfreiheit
- die Pressefreiheit
- die Rundfunkfreiheit
- die Filmfreiheit

Das bedeutet:

Die **Pressefreiheit** bzw. **Rundfunkfreiheit** garantiert, dass Journalisten in Deutschland ungehindert ihrer Arbeit nachgehen dürfen. Dazu brauchen sie Zugang zu Informationen. Den bekommen sie auch – dank der **Informationsfreiheit**. Sie gibt Medienvertretern – in etwas eingeschränkter Form auch Privatpersonen – das Recht, sich aus allgemein zugänglichen Quellen zu unterrichten sowie von Ämtern und Behörden Auskünfte einzufordern.

„**Eine Zensur findet nicht statt**“ bedeutet, dass beispielsweise ein Politiker der Presse nicht verbieten kann, über bestimmte Dinge zu berichten, nur weil diese ihn in einem schlechten Licht dastehen lassen. Natürlich muss alles stimmen, was die Medien verbreiten. Bloße Gerüchte dürfen nicht als Tatsachen veröffentlicht werden. Und steht jemand vor Gericht, darf er von den Medien nicht als schuldig (vor)verurteilt werden, bevor der Prozess beendet ist.



## 4. Medien und Meinung, Gesetzliche Grundlagen zur Pressearbeit

In dem Gesetzestext heißt es auch: „Jeder hat das **Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten**“. Diese **Meinungsfreiheit** gilt sowohl für Journalisten als auch für jeden Einzelnen in unserem Land. Je nach Verfügbarkeit kann man sich über Zeitungen, Radio und Fernsehen äußern oder seine Meinung zum Beispiel auf eigenen Websites, in Foren oder Blogs (= Internet-Tagebüchern) sagen.

- Aber: Sowohl für Journalisten als auch für Privatpersonen gilt: Sie dürfen niemanden mit ihren Äußerungen, Bildern oder Mitteilungen beleidigen, verleumden, vorverurteilen, keine strafbaren Inhalte verbreiten oder jemanden zu einer Straftat aufrufen. Und sie müssen den Jugendschutz beachten.



## 4. Medien und Meinung, Der Deutsche Presserat

### Freiwillige Selbstkontrolle – der Deutsche Presserat

Zusätzlich zu den gesetzlichen Grundlagen, die den Medien in Deutschland ihre Arbeit ermöglichen, haben Journalisten und Verleger selbst gewisse Regeln für ihre Arbeit festgelegt: Die publizistischen Grundsätze, auch **Pressekodex** genannt. Über die Einhaltung dieser Regeln wacht der Deutsche Presserat, dem die Verleger deutscher Zeitungen und Zeitschriften sowie Journalistenorganisationen angehören.

Der Presserat ist nur für Zeitungen und Zeitschriften, nicht für Fernsehen und Rundfunk zuständig. Beim Internet erstreckt sich seine Arbeit auf die redaktionellen Inhalte von Online-Diensten, sofern diese „zeitungs- oder zeitschriftenidentisch“ sind.

Im Vorwort des Pressekodex heißt es: „*Verleger, Herausgeber und Journalisten müssen sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sein. Sie nehmen ihre publizistische Aufgabe fair, nach bestem Wissen und Gewissen, unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahr.*“

Im Pressekodex sind folgende grundsätzliche Regeln verankert:

- Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.
- Nachrichten und Informationen müssen von den Journalisten auf ihren Wahrheitsgehalt geprüft werden. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.
- Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, die sich nachträglich als falsch erweisen, müssen von der Redaktion richtiggestellt werden.
- Bei der Recherche dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden. Die vereinbarte Vertraulichkeit

und das Berufsgeheimnis sind zu wahren.

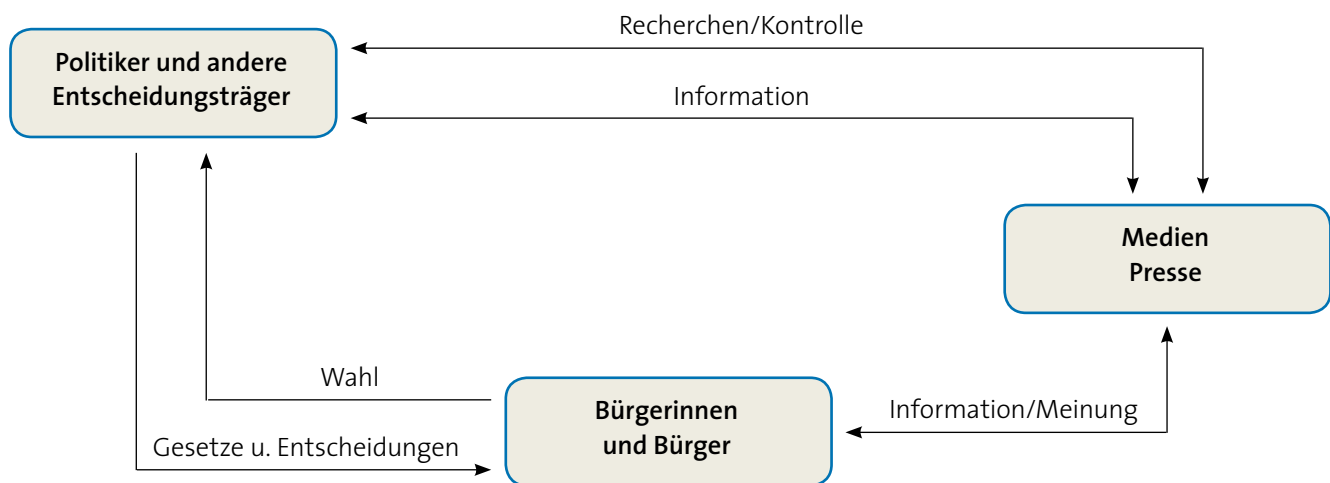
- Redaktionelle Veröffentlichungen dürfen nicht durch private oder geschäftliche Interessen der Journalisten, Verleger oder Dritter beeinflusst werden.
- Eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Werbung ist ebenso notwendig wie die
- Verweigerung der Annahme von Vorteilen.
- Die Presse achtet das Privatleben, die Intimsphäre sowie das Recht auf informationelle Selbstbestimmung des Menschen.
- Unbegründete Behauptungen und Beschuldigungen, Ehrverletzung, Veröffentlichungen, die das sittliche oder religiöse Empfinden verletzen, und eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt und Brutalität sind nicht zulässig.
- Journalisten müssen den Jugendschutz beachten.
- Niemand darf wegen seines Geschlechts, einer Behinderung oder seiner Zugehörigkeit zu einer ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe von der Presse diskriminiert werden.
- Die Berichterstattung über Ermittlungsverfahren und Strafverfahren muss frei von Vorurteilen erfolgen. Der Grundsatz der Unschuldsvermutung gilt auch für Journalisten.

Fühlt sich jemand durch die Berichterstattung einer Zeitung in seiner Ehre verletzt oder vermutet einen Verstoß gegen die berufsethischen Regeln, kann er sich an den Presserat wenden. Gibt dieser dem Beschwerdeführer Recht, bekommt die Redaktion, die den Artikel veröffentlicht hat, einen **Hinweis**. In schlimmeren Fällen drückt der Presserat der Redaktion gegenüber seine **Missbilligung** aus. In ganz schweren Fällen, wenn beispielsweise jemand zu Unrecht von Journalisten einer schweren Straftat bezichtigt wurde und dadurch seinen Job oder sein Ansehen verloren hat, dann kann der Presserat der Redaktion, für die diese Journalisten arbeiten, eine **Rüge** erteilen. 95 Prozent aller Verlage haben eine Freiwillige Selbstverpflichtungserklärung unterschrieben und sich dazu verpflichtet, vom Presserat ausgesprochene Rügen auch in der Zeitung abzudrucken.



## 4. Medien und Meinung, Die Aufgaben der Presse

### Welche Aufgabe hat die Presse bei der Meinungsbildung?



### Meinungsbildung

Aufgabe der Zeitung ist es, in einer demokratisch verfassten Gesellschaft ihrem Auftrag zur Meinungsbildung gerecht zu werden und nicht zu manipulieren.

Meinungsmache in all ihren Auswüchsen gehört nicht zu den Aufgaben seriöser und unabhängiger Medien. Damit tragen Redakteure und Redakteurinnen hohe Verantwortung.

Wie stark staatlich kontrollierte Medien in den Prozess der Meinungsbildung eingreifen, hat die Zeit des Nationalsozialismus gezeigt.

Die Nazis haben damals durch die Gleichschaltung von Zeitungen und Radioprogrammen ihre Hetzparolen verbreitet. Es gab sogar ein sogenanntes Propagandaministerium.

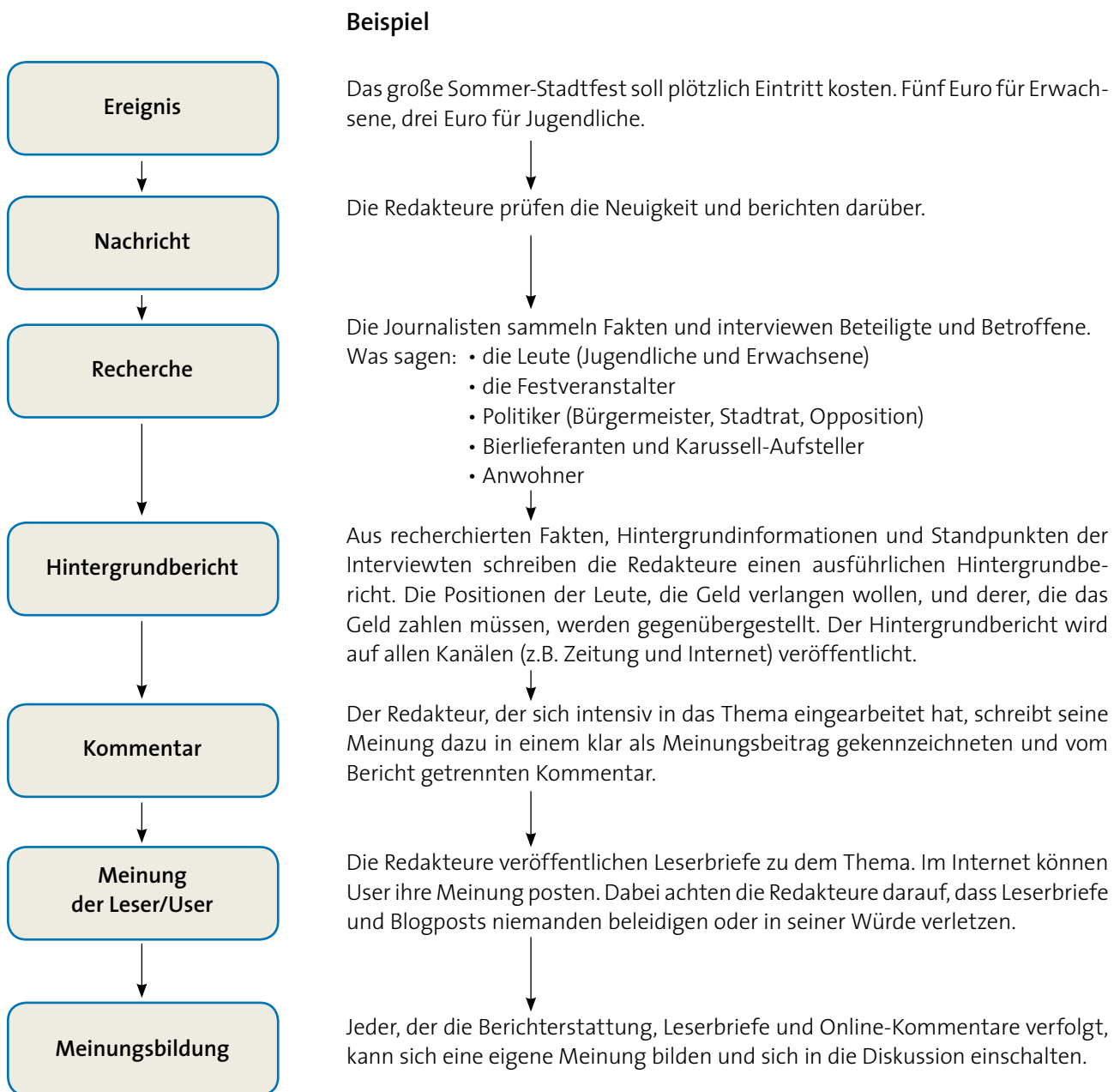
Nach 1945 wurde die Presse frei und darf seitdem unabhängig vom Staat, von Parteien, von der Wirtschaft und von Interessensverbänden wie etwa Gewerkschaften oder Unternehmerverbänden berichten.

Ziel einer seriösen Redaktion ist es, sachlich, umfassend und unverfälscht zu berichten, um die Leser zur eigenen Meinungsbildung anzuregen.



## 4. Medien und Meinung, So funktioniert die Meinungsbildung

### Wie gehen die Medien vor?





## 4. Medien und Meinung, So funktioniert die Meinungsbildung

### Wie kann die Presse die Meinungsbildung beeinflussen?

#### 1. Auswahl der Nachrichten

Jede Redaktion wählt nach ihren eigenen Kriterien die Nachrichten aus, von denen sie glaubt, dass sie für die Leser wichtig und interessant sind.

#### 2. Aufmachung der Nachricht

Die Redakteure können eine Nachricht durch ihre Aufmachung, z.B. Länge, Anzahl der Spalten und Bebilderung betonen und gewichten.

#### 3. Platzierung

Eine Nachricht, die die Redakteure für besonders wichtig und interessant halten, platzieren sie in der Regel oben auf einer Seite als sogenannten Aufmacher.

#### 4. Überschrift

Die Überschrift prägt einen Artikel durch Inhalt, Sprache und Größe.

#### 5. Bebilderung

Bilder und Bildgröße unterstreichen die Bedeutung von Nachrichten. Auch Bildunterzeilen können die Wirkung eines Bildes beeinflussen.

#### 6. Objektivität der Informationen

Die Nachrichtenauswahl ist stets subjektiv, da sie von einzelnen Menschen getroffen wird. Möglichst objektiv soll dagegen das Informationsangebot sein: Zu einem Ereignis werden im Regelfall mehrere Seiten (z.B. unterschiedliche Parteien oder Arbeitgeber und Arbeitnehmer) interviewt. Wer Aussagen der einen Seite absichtlich unterschlägt, manipuliert die Meinung der Leser. Das ist nicht nur unseriös, sondern gezielte Meinungslenkung. Historische Beispiele dafür sind die staatlich gelenkte Propaganda-Presse der Nationalsozialisten oder der SED-Führung der DDR.

#### 7. Kommentierung

Kommentierungen sind subjektive Meinungen eines Redakteurs, die er sich aufgrund fundierter Kenntnis der Faktenlage gebildet hat. Kommentare sollen den Leser nicht beeinflussen, sondern ihn vielmehr dazu anregen, sich eine eigene Meinung zu bilden.

#### 8. Spezialfall Boulevard-Journalismus

Die Redaktion einer Boulevardzeitung legt es darauf an, die Sensationsgier der Menschen anzusprechen. Das versucht sie zum einen durch eine grelle Aufmachung mit knalligen Farben, überdimensionalen, plakativen Überschriften und großflächigen Fotos. Bilder und Überschriften nehmen den überwiegenden Platz ein. Das hat zum Teil damit zu tun, dass Boulevardzeitungen hauptsächlich auf der Straße (franz. = Boulevard), sprich an Kiosken verkauft werden. In ihnen findet der Leser hauptsächlich Nachrichten, die von Skandalen, von Dramen, Mord und Totschlag handeln. Die Schlagwörter „Skandal“, „Schock“, „Krise“ oder „Drama“ stehen oft gleich in der übergroßen Überschrift und sollen das Interesse des Lesers wecken. Dramatik und Konflikt sind wichtige Faktoren, die eine Nachricht interessant machen (vergleiche S. 31 „Weißt du schon das Neueste?!“). Die Texte sind meist sehr kurz und enthalten in der Regel wenige, knapp gehaltene Informationen. Einfache, emotionale und oft dramatisch zugespitzte Darstellungen sind auch die Zutaten bekannter Boulevard-Zeitungen wie „Bild“ oder „AZ“ und „tz“ aus München.





## 4. Medien und Meinung, Medien im Vergleich

Jedes Medium hat gewisse Eigenarten, Vorteile und Nachteile. Es gibt kein Medium, das alles kann.

### › Zeitungen

#### Vorteile:

Großes Nachrichtenangebot, viel Hintergrundinformation. Jederzeit nutzbar. Leser bestimmt Ort, Zeit und Dauer der Nutzung. Beteiligung der Leser durch Zuschriften möglich. Ausführliche lokale Informationen.

#### Nachteile:

Erscheint nicht am Tag des Geschehens, keine bewegten Bilder.

### › Fernsehen

#### Vorteile:

Sehr anschaulich durch farbige und bewegte Bilder; aktuell.

#### Nachteile:

Geringes Nachrichten- und Hintergrundangebot, Konsument muss zu gewissen Zeiten einschalten.

### › Internet

#### Vorteile:

Absolut aktuell, riesiges Angebot an Nachrichten und anderen Inhalten, Verlinkungen ermöglichen dem User, sich intensiv in ein Thema einzuarbeiten, neben Texten und Fotos sind auch Videos zu vielen Themen verfügbar, weltweite Verbreitung, Inhalte können kommentiert und mit Freunden geteilt werden, jeder kann selbst Texte, Bilder und Videos hochladen, veröffentlichen und mit anderen teilen. Dank Tablet und Smartphone kann man das Internet überall mit hinnehmen.

#### Nachteile:

Dauerkommunikation verursacht laut Studien bei vielen Menschen Stress, peinliche Fotos können die Runde

an der Schule oder im Freundeskreis machen, man findet nur die Themen/Nachrichten, nach denen man gesucht hat, manche Apps oder Dienste sind kostenpflichtig.

### › Soziale Medien

Facebook, Instagram & Co. sind keine Nachrichtenmedien im klassischen Sinn. Auf diesen Plattformen kann jeder Neuigkeiten veröffentlichen, mit Texten, Fotos, Einladungen und Videos. Auch einzelne Journalisten oder ganze Redaktionen (z.B. Fränkischer Tag, Bayerische Rundschau, Coburger Tageblatt, Saale-Zeitung und DIE KITZINGER) veröffentlichen Nachrichten auf allen relevanten Social-Media-Kanälen. Für alle Posts, Texte, Fotos und Videos, die Journalisten veröffentlichen, gelten dieselben Regeln, wie für Berichte in der Zeitung, im Fernsehen oder im Radio.

Die meisten Social-Media-Nutzer sind keine Journalisten und müssen diese strengen Regeln nicht befolgen. Tipp: Überlegt immer, ob ihr die Informationen in Posts nachprüfen könnt, zum Beispiel mit der Frage „woher stammt die Information?“ und „wem nützt diese Information?“.

### › Radio

#### Vorteile:

Sehr aktuell, Originaltöne (Interviews), große Senderauswahl (Unterhaltung, Hintergrund).

#### Nachteile:

Hörer muss sich an festen Sendeschemen orientieren. Die Information ist knapp und wird selten wiederholt (kein Nachlesen möglich).

### ▶ Übung 1

Führe eine Woche lang ein Medien-Tagebuch: Notiere dir, wie viele Minuten du am Tag fernsiehst, Zeitung, ein Magazin oder ein Buch liest, wie lange du Radio hörst und wie viel Zeit du im Internet (z. B. mit WhatsApp, Facebook, Instagram, Youtube) verbringst. Sei so genau wie möglich!

### ▶ Übung 2

Vergleiche am selben Tag die Nachrichten in Zeitung, Radio, Fernsehen und im Internet.

