

INFORMATIONEN UND MEDIEN

Noch nie gab es so viele Informationen wie heute. Informationen sind und bleiben eine wichtige und kostbare Quelle des Wissens. Dank des Internets sind Informationen überall verfügbar. Was können Millionen begeisterter Menschen im World Wide Web suchen? Suchen sie nach Geschäftsbilanzen bekannter Firmen? Schauen sie in die neuste Ausgabe ihres Lieblingsmagazins? Oder shoppen sie etwa in neuen Katalogen und bezahlen direkt per Internet-Banking? Einige sicherlich. Denn alles das und noch vieles mehr wird im Internet angeboten. Aber die Informationsflut an Texten, Bildern und Tönen kann nur vom erfahrenen Internet-Nutzer bewältigt werden, weil er weiß, welche Kanäle und Anbieter er anzapfen muss, um sich möglichst schnell und möglichst detailliert über einen Sachverhalt zu informieren. Die richtigen Informationen zu finden, in einen Zusammenhang zu bringen und in ihrer Bedeutung für das eigene Leben einzuschätzen erfordert also gute Vorkenntnisse.

Das Zusammenwachsen von Computertechnologie, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Rundfunk verändert die Mediennutzung fortwährend. Die größten Medienkonzerne der Welt wie Walt Disney oder Bertelsmann bemühen sich ihr Angebot zu erweitern und ihren Hörern und Zuschauern zusätzliche Kanäle und verschiedene Vernetzungsmöglichkeiten anzubieten. Das hat zur Folge, dass die Leute mehr Zeit mit den Medien zubringen. Aber es bedeutet nicht automatisch, dass sie besser informiert sind. Manche Leute stehen der Medienvielfalt und den neuen Technologien skeptisch gegenüber oder fühlen sich davon überfordert. Zugleich können sie sich aber ihre Freizeit ohne Medien nicht vorstellen.

Auf dem Informationsmarkt dominieren weiterhin Printmedien, Hörfunk und Fernsehen. Zu den auflagenstärksten überregionalen Zeitungen gehören die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, die „Süddeutsche Zeitung“ und „Die Welt“. Großer Beliebtheit erfreuen sich Lokal- und Regionalzeitungen, die in einem begrenzten Raum verbreitet werden und über das dortige Geschehen informieren. Den größten Anteil an der Gesamtzahl aller Zeitschriftentitel haben die Fachzeitschriften, die inhaltlich jeweils auf eine spezielle Zielgruppe zugeschnitten sind. Natürlich können die klassischen Medien auch digital auftreten: als digitales Radio und Fernsehen und als Online-Versionen von Zeitungen und Zeitschriften.

Seit Mitte der 80er Jahre gibt es in Deutschland nicht nur die so genannten öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten ARD und ZDF, die über Werbung und Fernsehgebühren finanziert werden, sondern auch Privatsender, die sich ausschließlich über Werbeeinnahmen finanzieren. Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten besteht vor allem in der Information der Bürger, während sich die privaten Sender wie z. B. RTL, SAT1, ProSieben hauptsächlich der Unterhaltung verschrieben haben.