

Social Media und die Folgen für die Demokratie

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ein kleines Fazit: wir haben in sechs Folgen zahlreiche Beiträge zum Thema „Die Macht der Internetgiganten“ aus unterschiedlichen Perspektiven publiziert. Eine Übersicht finden Sie auf der Eingangsseite zu dieser Serie. In diesem Heft folgt nun ein weiterer – großer, wahrlich tiefeschürfender – Beitrag zu dieser Frage. Otfried Jarren, Professor an der Universität Zürich, hatte im letzten Heft aufgezeigt, dass Plattformen als Medien zu betrachten seien und mit ihrer Dominanz die gesellschaftliche Kommunikation und die soziale und demokratische Ordnung massiv beeinflussten. Der Einfluss der Plattformen auf die Öffentlichkeit und die öffentliche Meinung sei enorm, so sein Fazit. Das gesellschaftliche Vermittlungssystem sei in den Grundfesten erschüttert. Social Media besäße die Macht, neue Normen und Regeln der Kommunikation eigenständig zu setzen.

In diesem Heft vertieft Jarren nun diesen Aspekt und rückt die Folgen von Social Media auf die repräsentativ verfasste Demokratie scharf in den Fokus. Noch einmal verdeutlicht er die Gefahren für die individuelle und kollektive Meinungs- und Willensbildung: Social Media stellen eine neue – hoch medienrelevante – Institution dar, die fähig sei, grundlegende Strukturen der politischen Ordnung zu beeinflussen. Wichtige Fragen stellen sich: Wie kann man Social Media regulieren? Wie groß ist ihr Einfluss auf Demokratie und Politik? Ist der handlungsfähige Staat bedroht? Jarren schreibt, dass er mit seinem Beitrag den Versuch unternehmen will, die Thematik Social Media mit Blick auf den komplexen Veränderungsprozess des demokratischen Systems vertieft zu analysieren.

Auch unsere zweite Serie „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Diskussion“ führen wir weiter, dieses Mal mit zwei hoch interessanten Interviews, zum einen mit dem Beauftragten für Digitale Strategien des ZDF, Robert Amlung, zum anderen mit der Anfang des Jahres 2025 frisch ins Amt gewählte Präsidentin von ARTE, Heike Hempel. Beide Interviews vermitteln spannende Einblicke in die aktuellen strategischen Konzepte.

Viele weitere interessante Beiträge empfehlen wir Ihrer Aufmerksamkeit. Sicherlich gehört dazu das Interview mit Christoph Zimmer zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der SPIEGEL-Gruppe!

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Die Herausgeber



Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de



Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de



Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
thess@lmu.de



Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu



Prof. Dr. Christoph Neuberger

Freie Universität Berlin
christoph.neuberger@fu-berlin.de



Prof. Dr. Insa Sjurts

Berufliche Hochschule Hamburg
insa.sjurts@bhh.hamburg.de

Aktuelle Themen

- Einsatz von KI in der SPIEGEL-Gruppe** 6
Interview mit Christoph Zimmer, Leiter Produkt & Vertrieb der SPIEGEL-Gruppe

Serien

- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Diskussion (VIII)** 10

- Strategische Schwerpunkte der digitalen Transformation beim ZDF** 11
Interview mit Robert Amlung, Beauftragter für Digitale Strategien des Zweiten Deutschen Fernsehens

- ARTE in der neuen digitalen Medienwelt** 14
Interview mit Heike Hempel, Präsidentin von ARTE GEIE, Straßburg

- Die Macht der Internetgiganten (VII)** 18

- Social Media und die Krise der repräsentativ verfassten Demokratie – Zum Einfluss von Social Media auf die Input-Legitimität des politischen Systems** 19
Prof. Dr. Otfried Jarren, Universität Zürich, IKMZ – Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Honorarprofessor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der FU Berlin

Service

Forschung & Lehre

- Vorgestellt: Ausbildung bei Axel Springer | Der Ausbildungsberuf Medienkaufmann/-frau Digital und Print** 52
Uta Bendixen, Axel Springer National Media & Tech GmbH & Co. KG, Head of Entry Programs

Praxisstudien kompakt

- German Entertainment & Media Outlook 2025–2029 | PwC** 55
Nina Zwingmann, M.Sc., Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Martin Gläser, Hochschule der Medien Stuttgart