

Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht

Band 60

.....

Freya Gräfin Kerksenbrock

Die Legitimation der Medien nach dem Grundgesetz

Zur verfassungsrechtlichen Stellung von Rundfunk
und Presse im Zeitalter von Social Media

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	1
I. Medienkampagnen	2
II. Fragestellung und Zielsetzung	9
 B. Voruntersuchung: Der Begriff der Medien im verfassungsrechtlichen Sinn	 11
I. Die beiden Sätze des Art. 5 I	11
II. Abgrenzungskriterium	14
III. Rundfunk	17
1. Rundfunkbegriff	17
2. Dienende Freiheit und positive Ordnung	18
IV. Presse	22
1. Der herkömmliche Pressebegriff	22
2. Privileg der Presse	23
3. Konvergenz der Medien	25
a) Weiter Pressebegriff	27
b) Einheitliches Mediengrundrecht	28
V. Film	31
VI. Das Internet und Social Media	31
1. Nutzergenerierter Inhalt	32
2. Massenkommunikation und Social Media	34
3. Eigener Ansatz	36
a) Objektiver Ansatz	37
b) Subjektiver Ansatz	38
VII. Zwischenergebnis	40
 C. Medien und Demokratie	 41
I. Medien und das Demokratieprinzip	41
1. Das Verhältnis zwischen Art. 5 I GG und Art. 38 I 2 GG	43
a) Der Abgeordnete und die Fraktion	46
b) Der Abgeordnete und die Medien	50
(1) Entparlamentarisierung	51
(2) Fallbeispiele	53
(3) Das Diätenurteil des BVerfG 1975	56
2. Zwischenergebnis	59

II.	Medien und Staatsgewalt	59
1.	Öffentliche Meinung und Staatsgewalt	60
a)	Öffentliche Aufgabe der Medien	64
(1)	Presse	66
(2)	Rundfunk	68
(3)	Stellungnahme	71
b)	Zwischenergebnis	76
c)	Staatsfreiheit	76
(1)	Gebot der Staatsfreiheit	77
(2)	Parteien und Medien	80
(3)	Zwischenergebnis	92
III.	Social Media Web und Demokratie	93
IV.	Fazit	96
D.	Legitimation der Medien	101
I.	Legitimationsprinzipien nach dem Grundgesetz	101
1.	Personelle Legitimation	101
2.	Sachliche Legitimation	103
3.	Institutionelle Legitimation	103
4.	Verfassungsrechtliche Legalität	107
a)	§ 2 PartG	109
b)	Verfassungsrechtliche Vorgaben aus Art. 5 I S. 2	110
(1)	Meinungsvielfalt	114
(2)	Medienübergreifender Prüfungsmaßstab	115
II.	Zur Legitimation von Rundfunk und Presse	117
1.	Zur Legitimation des Rundfunks	118
2.	Zur Legitimation der Presse	121
E.	Legitimation im Zeitalter des Social Media Web	127
I.	Neue Kommunikation im Zeitalter des Social Media Web	128
a)	Konvergenz der Medien	129
b)	Social Media	132
II.	Neue Rolle der Medien	135
a)	Rundfunk	135
b)	Presse	140
III.	Neue Ansätze	149
1.	Pressefreiheit eine dienende Freiheit?	149
2.	Einheitliches Mediengrundrecht als dienende Freiheit	153
F.	Ergebnis	157