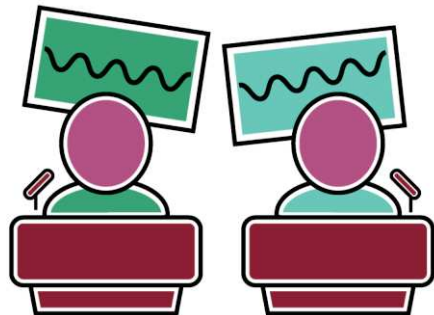


F06 Politikjournalismus

Mike Kortsch



Politikjournalismus

Einleitung	2
1. Politik und Massenmedien	6
2. Selbstverständnis der Politikjournalisten	20
3. Nachrichtenwerte	27
4. Themen, Quellen, Recherche	34
5. Politikjournalismus in Printmedien	51
6. Politikjournalismus im Radio	58
7. Politikjournalismus im Fernsehen	64
8. Internet und Mobilfunkgeräte	77

Politikjournalismus

■ Einleitung

„Printmedien bleiben politische Leitmedien“ – dieser Satz stammt nicht von einem der großen Zeitungsverleger, der sich in Zeiten rückläufiger Auflagenstärke Sorgen um sein Geschäft macht. Nein, das Zitat stammt von Angela Merkel aus ihrer Rede beim Kongress des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger im September 2011. Die Bundeskanzlerin ging in ihrer Analyse noch weiter: Zeitungen seien der Ort der Entschleunigung, der Erklärung, der großen Themen und Debatten. Ihr Fazit: Zeitungen können im Wettbewerb um Schnelligkeit gerade mit dem Internet nur verlieren. Daher müssen sie mittels gründlicher Recherche und kluger Analysen einen „intellektuellen Mehrwert“ bieten.

Auf den ersten Blick scheint die Einschätzung der Bundeskanzlerin richtig. Einen Beweis dafür liefert unter anderem die ARD/ZDF Online-Studie 2011. In einer Befragung von Online- und Offlinenutzern geben 42 bzw. 45 Prozent an, sich am Vortrag in Tageszeitungen über aktuelle Ereignisse aus Politik und Gesellschaft informiert zu haben (Mehrfachnennungen waren möglich). Das Internet nutzen dagegen nur 20 Prozent. Vor allem bei politisch Interessierten können die Zeitungen noch punkten. Diese Gruppe greift häufiger zu Zeitungen als die weniger Interessierten.

Doch auf den zweiten Blick trägt sich das Bild als Leitmedien. Ein Indiz ist die Nutzung von Tageszeitungen. 1990 lasen noch 71 Prozent der Deutschen täglich eine Zeitung, 2010 sind es nur 44 Prozent. Gerade junge Menschen nutzen nicht mehr die Tageszeitungen zur Rezeption von (politischen) Nachrichten. Deren Informationssuche verlagert sich mehr und mehr ins Internet.

Aber auch am Fernsehen, einem weiteren Leitmedium für politische Informationen, geht der Wandel der Mediennutzung nicht spurlos vorbei. Zwar gab die Mehrheit der Deutschen im Bundestagswahlkampf 2009 an, dass sie ihre Informationen aus dem Fernsehen bezogen hätten. Aber immer mehr Menschen umschiffen die Informationssendungen und widmen sich den Unterhaltungsprogrammen. Beispiel: Das Durchschnittsalter der Zuschauer politischer Magazine liegt bei 63 Jahren.

Anhand dieser kurzen Ausführungen sehen Sie: Der Politikjournalismus steht vor großen Herausforderungen. Die politischen Leitmedien werden durch das Internet und Veränderungen der Nutzungsmotive herausgefordert. Konnte die Tagesschau um 20 Uhr noch bis vor ein paar Jahren ohne den Hinweis auf weiterführenden Link auf ihr Onlineangebot auskommen, so ist der Satz: „Weiterführende Informationen finden Sie auch im Internet unter Tagesschau.de“ mittlerweile fester Bestandteil der Sendung. Und wollen Tageszeitungen, Nachrichtenmagazine und Wochenzeitungen überleben, müssen sie einen attraktiven Internetauftritt haben und auch hier die großen Debatten und Themen präsentieren. Soziale Netzwerke und steigende Infonutzung auf dem Handy bzw. Tablets werden diesen Druck verstärken.

Und dieser Herausforderung müssen sich auch und vor allem Politikjournalisten stellen. Denn die Bindungen der Menschen zu den Parteien werden schwächer. Der Kontakt zur Politik insgesamt auch. Daher bedarf es mehr denn je eines Politikjournalismus, der erklärt, der einordnet, der aufdeckt, wenn Politiker an den Menschen „vorbeiregieren“. Sprich: einen Politikjournalismus, die Themen des Politiksystems in die Gesellschaft hinträgt. Und andersrum.

In den folgenden Abschnitten werden Sie sich die grundsätzlichen Aufgaben und Probleme des Politikjournalismus erarbeiten. Der „rote Faden“ dieses Studienbriefes ist in diesem Zusammenhang die Bedeutung für die praktische Arbeit als Politikjournalist. Sie ist das zentrale Thema in den einzelnen Kapiteln.

Im ersten Abschnitt werden Sie sich mit den grundsätzlichen Funktionen und Aufgaben des Politikjournalismus auseinandersetzen. Sie erfahren, in welchem Verhältnis Politik und Medien zueinander stehen und welche Konsequenzen dies für die Politiker, Journalisten und das Publikum hat. Im Anschluss erarbeiten wir, wie politische Nachrichten entstehen und schauen uns an, welche Quellen Politikjournalisten überhaupt nutzen. Ausgehend von diesen Überlegungen bietet es sich an, Politikjournalismus in den jeweiligen Medienarten genauer zu betrachten und dabei auch praktische Probleme in der Umsetzung zu benennen und Lösungsansätze zu formulieren. Denn trotz einiger Gemeinsamkeiten gibt es bei der Verbreitung politischer Informationen großer Unterschiede zwischen Printmedien, Radio, Fernsehen und dem Internet. In diesem Sinne beleuchtet das fünfte Kapitel den Politikjournalismus der Zeitungen und Zeitschriften. Kapitel sechs beschäftigt sich mit der politischen Berichterstattung im Radio. Im siebten Abschnitt geht es um Formen und Facetten des Politikjournalismus im Fernsehen. Da ihm von Politikern, Medienschaffenden und manchem Wissenschaftler eine große Bedeutung zugeschrieben wird, werden Sie sich hier kurz mit den Wirkungen befassen. Im letzten Kapitel geht es schließlich um das Internet und um die Möglichkeiten für Journalisten, soziale Netzwerke für die politische Berichterstattung zu nutzen.

Am Ende dieser Lehreinheit sollen Sie in der Lage sein, die Grundzüge der politischen Berichterstattung zu erfassen (Theorie und Praxis), und die konkreten Anforderungen an das jeweilige Medium zu erkennen. Dies schließt Sprache, Bildgestaltung und Dramaturgie ein.