

Nachwort

Im Jahr 2007 wurden weltweit 87 Journalisten ermordet, die meisten von ihnen im Irak. Nach Angaben der Organisation Reporter ohne Grenzen wurden weitere 124 Journalisten inhaftiert, unter ihnen viele in China, Kuba und Eritrea. Sie alle haben einen hohen Preis für ihren Mut bezahlt, Geschichten auch gegen den Willen der Mächtigen an die Öffentlichkeit zu bringen. In nur allzu vielen Ländern der Welt ist Journalismus, gerade auch der politische Journalismus, ein lebensgefährliches Geschäft.

Anders ist es bei uns: In Deutschland ist die Pressefreiheit sehr wirksam durch das Grundgesetz geschützt. Übergriffe der Staatsgewalt auf Journalisten, angefangen mit der *Spiegel*-Affäre, sorgen in der Öffentlichkeit für große Empörung. Wer hier Skandale aufdeckt und die Mächtigen angreift, muss dennoch nicht um Leib und Leben fürchten. Im Gegenteil: Erfolgreiche politische Kommentatoren und investigative Reporter sind in Deutschland bekannte und respektierte Leute.

Ohnehin ist der Journalismus bei uns ein privilegierter Beruf. Viele, die im Bereich der politischen Berichterstattung tätig sind, genießen hohes soziales Ansehen, relativ sichere Jobs und eine ordentliche Bezahlung. Wichtiger noch: Der politische Journalismus erlaubt nicht nur innere Unabhängigkeit, er fordert sie geradezu. Und er belohnt Neugierde: Neugierde auf die Personen, die das öffentliche Leben prägen und auf die Entwicklungen, die das Land verändern. Welch eine beneidenswerte Arbeit, die einem erlaubt, bei den großen Momenten der Geschichte dabei zu sein!

Sicher, der wirtschaftliche Druck auf die Medien hat zugenommen, genau wie der Konkurrenzkampf zwischen den Journalisten. Wir haben uns in diesem Buch bemüht, nicht nur diese Entwicklung zu beschreiben, sondern auch das, was für jeden einzelnen Journalisten daraus folgt: Es wächst die Versuchung, notfalls auch unfeine Methoden einzusetzen, um an seine Story zu gelangen. Dieses Phänomen wollten wir nicht nur be-

schreiben, sondern wir haben auch den Versuch unternommen zu definieren, was heute journalistisch noch vertretbar ist und was nicht.

Ein solcher Versuch ist notwendigerweise unvollkommen. Nicht nur, weil solche Grenzen nach der individuellen Einschätzung variieren, sie können sich auch über die Zeit verschieben. Egal sind sie dennoch nicht, und das ist die vielleicht wichtigste Botschaft dieses Buches: Journalisten sollten sich bewusst sein, dass die Privilegien ihres Berufs die Verpflichtung mit sich bringen, gegenüber den Lesern, Hörern und Zuschauern mit der größtmöglichen Aufrichtigkeit gegenüber aufzutreten. Zyniker gibt es auch im Journalismus viele, aber als Vorbilder taugen sie nichts.

Literatur

- Abold, Roland (2005): Wahlkampf in der Blogosphäre – Weblogs im Vorfeld der Bundestagswahl 2005. Diskussionspapier Nr. 9, Bamberger Centrum für Europäische Studien.
- ARD-Forschungsdienst (2008): Muster und Funktionen der Mediennutzung, in: Media Perspektiven 3/2008.
- Armborst, Matthias (2006): Kopffäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. Münster: LIT.
- AIM Research Consortium (Hrsg.) (2007): Reporting and Managing European News: Final Report of the Project „Adequate Information Management in Europe“ 2004-2007. Bonn: Projekt-Verlag.
- Alemann, Ulrich von/Marschall, Stefan (2002): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Baerns, Barbara (1985, 1991): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Barth, Henrike/Donsbach, Wolfgang (1992): Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations, in: Publizistik 37/2, S. 151-165.
- Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter (Hrsg.) (2007): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. 2., korr. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, Günter/Großkurth, Lars/Seidenglanz, René (2005): Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstands. Berlin: Helios.
- Bentele, Günter/Liebert, Tobias/Seeling, Stefan (1997): Von der Determination zur Intereffikation, in: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Konstanz: UVK, S. 225-250.
- Berghaus, Margot (1999): Wie Massenmedien wirken. Ein Modell zur Systematisierung. In: Rundfunk und Fernsehen, Heft 2, S. 181-199.
- Bieber, Christoph (1999): Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit. Frankfurt/New York: Campus.
- Bieber, Christoph (Hrsg.) (2001): Parteipolitik 2.0. Der Einfluss des Internet auf parteiinterne Kommunikations- und Organisationsprozesse. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Bönisch, Julia (2006): Meinungsführer oder Populärmedium? Das journalistische Profil von Spiegel Online. Münster: LIT.
- Boventer, Hermann (1984): Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur. Konstanz: UVK.
- Braun, Dietmar (1999): Theorien rationalen Handelns in der Politikwissenschaft. Eine kritische Einführung. Opladen: Leske + Budrich.
- Brettschneider, Frank/Rettich, Markus (2005): Europa – (k)ein Thema für die Medien? In: Tenscher, Jens (Hrsg.): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 136-156.
- Brettschneider, Frank (2000): Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht? In: Klein, Markus/Jagodzinski, Wolfgang/Mochmann, Ekkehard (Hrsg.): 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland, Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 475-505.

- Brosius, Hans-Bernd (2001): Stabilität und Wandel: Inhalte und Darstellungsformen von Fernsehnachrichten, in: Marcinkowski, Frank (Hrsg.): Die Politik der Massenmedien. Heribert Schatz zum 65. Geburtstag. Köln: Halem, S. 115-141.
- Brosius, Hans-Bernd/Esner, Frank (1998). Mythen der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell, in: Publizistik, 43, S. 341-361.
- Bruns, Thomas/Marcinkowski, Frank (1997): Politische Information im Fernsehen – eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Burman, Andreas (2005): Pressefreiheit in Deutschland – Grundrecht zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Deutschlandradio, Hintergrund Politik, v. 3.11.05.
- Cario, Ingmar (2006): Die Deutschland-Ermittler. Investigativer Journalismus und die Methoden der Macher. Münster: LIT.
- Dernbach, Beatrice (1994) Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System. Revisited by Mrs. Gates, in: Bentele, Günter/Hesse, Kurt R. (Hrsg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz: UVK, S. 141-15.
- Donges, Patrick (2008): Medialisierung politischer Organisationen: Parteien in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Donges, Patrick (2007): Von der Medienpolitik zur Media Governance? Köln: Halem.
- Donovitz, Frank (1998). Journalismus und Demoskopie. Berlin: Vistas.
- Donsbach, Wolfgang (2008): Journalismusforschung im internationalen Vergleich: Werden die professionellen Kulturen eingeebnet? In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 271-290.
- Donsbach, Wolfgang/Büttner, Katrin (2005): Boulevardisierungstrend in deutschen Fernsehnachrichten. Darstellungsmerkmale der Politikberichterstattung vor den Bundestagswahlen 1983, 1990 und 1998, in: Publizistik, Jg. 50, Heft 1, März 2005, S. 21-38.
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (2005): Auf verlorenem Posten, in: Noelle-Neumann, Elisabeth, Donsbach, Wolfgang, Kepplinger, Hans-Mathias (Hrsg.): Wählerstimmungen in der Mediendemokratie. Analysen auf Basis des Bundestagswahlkampfes 2002, Freiburg, München: Alber, S. 44-68.
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf/Hastall, Matthias (2004): Neues aus der Fernsehdemokratie – Wahrnehmung und Wirkung des ersten TV-Duells, in: Oberreuter, Heinrich (Hrsg.): Der versäumte Wechsel. Eine Bilanz des Wahljahres 2002. München: Olzog, S. 136-156.
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (2003): Schröder-Bonus statt Kanzler-Bonus. Die Fernsehauftritte der Kanzlerkandidaten von 1998 in den Nachrichten und Nachrichtenmagazinen, in: dies. (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz: UVK, S. 226-245.
- Donsbach, Wolfgang/Wenzel, Arnd (2002): Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber parlamentarischer Pressearbeit, in: Publizistik 47. Jg., S. 373-378
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (1999): Drehbücher und Inszenierungen. Die Union in der Defensive, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Kepplinger, Hans-Mathias/Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998. Freiburg u.a.: Alber, S. 141-171.
- Donsbach, Wolfgang (1997): Einleitung. Legitimität und Effizienz von PR, in: ders. (Hrsg.): Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweisen der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen. München: Reinhard Fischer, S. 7-20.
- Donsbach, Wolfgang (1995): Lapdogs, Watchdogs and Junkyard Dogs, in: Media Studies Journal 1995 (3), S. 17-30.

- Donsbach, Wolfgang (1991): Medienwirkung trotz Selektivität. Einflußfaktoren auf die Zuwendung zu Medieninhalten. Köln, Weimar, Wien: Böhlau-Verlag.
- Donsbach, Wolfgang (1982): Legitimationsprobleme des Journalismus. Freiburg. Alber.
- Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt: Suhrkamp.
- Eilders, Christiane (2008): Massenmedien als Produzenten öffentlicher Meinungen – Pressekommunikation als Manifestation der politischen Akteursrolle, in: Pfetsch, Barbara/Adam, Silke (Hrsg.): Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 27-51.
- Eilders, Christiane/Neidhardt, Friedhelm/Pfetsch, Barbara (2004): Die Stimme der Medien. Pressekommunikation und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Emmer, Martin (2005): Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums. München: Reinhard Fischer.
- Esser, Frank (2003): Wie Medien ihre eigene Rolle und die der politischen Publicity im Bundestagswahlkampf framen – Metaberichterstattung: ein neues Konzept im Test, in: Holtz-Bacha (2003), S. 162-193.
- Esser, Frank (2001): Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich. Freiburg; Alber.
- Fengler, Susanne (2008): Media Wwatchdogs? Die Rolle von Blogs für die Medienkritik in den USA, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus online: Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (im Erscheinen).
- Fengler, Susanne/Kretschmar, Sonja (Hrsg.) (2008): Innovationen im Journalismus (= KompaktwissenJournalismus) Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (in Vorbereitung)
- Fengler, Susanne/Ruß-Mohl, Stephan (2006): Voodoo-Zauber, Prinzipale und Agenten. Zur Interaktion von Journalismus und Public Relations – Eine ökonomische Analyse, in: PR Magazin 11/2006, S. 55-62.
- Fengler, Susanne/Ruß-Mohl, Stephan (2005): Der Journalist als Homo oeconomicus. Konstanz: UVK.
- Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München, Wien: Edition Hanser.
- Gillmor, Dan (2004): We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol, CA: O'Reilly Media
- Glitz, Peter/Meyer-Lucht, Robin (2008): Online gegen Print. Zeitung und Zeitschrift im Wandel. Konstanz: UVK.
- Glitz, Peter/Langenbacher, Wolfgang (1969): Der mißachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse. Köln und Berlin: Kiepenheuer & Witsch.
- Grossbacher, René et al. (2006): Politische Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Medien. Kilchberg: Publicom AG.
- Hachmeister, Lutz (2007): Nervöse Zone. München: DVA.
- Haller, Michael/Lorbach, Ingrid (2006): Bedenkliche Ergebnisse über Verquickungen von PR und Regionalpresse. Eine Studie, in: Message 3/2006.
- Hermes, Sandra (2006): Qualitätsmanagement in Nachrichtenredaktionen. Köln: Halem
- Hohfeld, Ralf (2006): Bundestagswahlkampf 2005 in den Hauptnachrichtensendungen, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 38/2006, S. 11-17.
- Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.) (2006): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Holtz-Bacha, Christina (2001): Das Private in der Politik: Ein neuer Medientrend? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B41-42/2001, S. 20-26.
- Jäckel, Michael (2002): Medienwirkungen. 2., überarb. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jörges, Hans-Ulrich (2003): Embedded in Berlin. Vortrag anlässlich der Konferenz „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. Mediendemokratie = Medien + Demokratie?“ der Bundeszentrale für Politische Bildung, 1./2.12.2003. Manuskript: http://www.bpb.de/veranstaltungen/G5HRVA,0,0,Strukturwandel_der_%d6ffentlichkeit2_0.html
- Kepplinger, Hans Mathias (2005): Die Mechanismen der Skandalierung. Die Macht der Medien und die Möglichkeiten der Betroffenen. München: Olzog (2., aktualisierte Auflage).
- Kepplinger, Hans Mathias (1998): Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft. Freiburg/München: Karl Alber.
- Kepplinger, Hans Mathias (1980): Optische Kommentierung in der Fernsehberichterstattung über den Bundestagswahlkampf 1976, in: Ellwein, Thomas (Hrsg.): Politikfeld-Analysen 1989. Wissenschaftlicher Kongress der DVPW. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, Hans Mathias (Hrsg.) (1979): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Freiburg i. B.: Verlag Karl Alber.
- Kepplinger, Hans Mathias/Knirsch, Kerstin (2000): Gesinnungs- und Verantwortungsethik im Journalismus. Sind Max Webers theoretische Annahmen empirisch haltbar? In: Matthias Rath (Hrsg.): Medienethik und Medienwirkungsforschung, Opladen: Westdeutscher Verlag 2000, S.11-44.
- Kepplinger, Hans Mathias/Maurer, Marcus (2005): Abschied vom rationalen Wähler. Warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden. Freiburg, München: Karl Alber.
- Kepplinger, Hans Mathias/Maurer, Marcus (2004): Der Einfluß der Pressemitteilungen der Bundesparteien auf die Berichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002, in: Juliana Raupp, Joachim Klewes (Hrsg.): Quo vadis Public Relations? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 113-124.
- Kimpeler, Simone/Mangold, Michael/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.) (2007): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Köcher, Renate (1986): Bloodhounds or Missionaries. Role Definitions of German and British Journalists, in: European Journal of Communication, Vol. 1, No. 1, S. 43-64.
- König, Kathrin (2004): Kein Platz für Parolen, in: Berliner Zeitung v. 15.10.2004, S. 30.
- Kretzschmar, Sonja/Möhrling, Wiebke/Timmermann, Lutz: Lokaljournalismus. (= Kompaktwissen Journalismus). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008.
- Krüger, Udo Michael (2007): InfoMonitor 2006: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1. Strukturen, Themen und Politikerpräsenz. In: Media Perspektiven 2/2007, S. 58-82.
- Krüger, Udo Michael (2002): Politikvermittlung im Fernsehen – ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich, S. 77-87.
- Leinemann, Jürgen (2004): Höhenrausch. Die wirklichkeitsleere Welt der Politiker. München: Karl Blessing.
- Loosen, Wiebke (2005): Zur ‚medialen Entgrenzungsfähigkeit‘ journalistischer Arbeitsprozesse, in: Publizistik, 50. Jg., 3: 304-319.
- Maier, Michaela/Ruhrmann, Georg/Klietsch, Kathrin (2006): Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 1992-2004. Düsseldorf.
- Machill, Marcel/Beiler, Markus/Fischer, Corinna (2005): Europa-Themen in Europas Medien – die Debatte um die europäische Öffentlichkeit, Eine Metaanalyse medieninhaltsana-

- lytischer Studien, in: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hrsg.): *Medialer Wandel und europäische Öffentlichkeit. Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 132-155.
- Marcinkowski, Frank/Greger, Volker (2000): Die Personalisierung politischer Kommunikation im Fernsehen. Ein Ergebnis der „Amerikanisierung“? In: Kamps, Klaus (Hrsg.): *Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 179-198.
- Marr, Mirko (2005): *Internetzugang und politische Informiertheit. Zur digitalen Spaltung der Gesellschaft*. Konstanz: UVK.
- Matthes, Jörg (2007): *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten*. München: Fischer.
- Maurer, Marcus (2003): *Politikverdrossenheit durch Medienberichte. Eine Paneluntersuchung*. Konstanz: UVK.
- Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten (2007): Warum TV-Duelle Wahlen entscheiden können. Befunde und Konsequenzen der TV-Duell-Studie 2005, in: Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten/Maier, Jürgen/Maier, Michaela (2007): *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 229-246
- Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten (2006): *Medieninhalte. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten (2003): *Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten/Maier, Jürgen/Maier, Michaela (2007): *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maurer, Torsten (2005): *Marktversagen: Politische Information im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen*, in: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Hrsg.): *Fernsehen in Deutschland 2005*. Berlin: Vistas, S. 62-78.
- McNair, Brian (2000): *Journalism and Democracy. An Evaluation of the Political Sphere*. London: Routledge.
- Meier, Klaus (2006): *Newsroom, Newsdesk, crossmediales Arbeiten. Neue Modelle der Redaktionsorganisation und ihre Auswirkung auf die journalistische Qualität*, in: Siegfried Weischenberg/Loosen, Wiebke/Beuthner, Michael (Hrsg.): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Konstanz: UVK 2006, S. 203-222.
- Merten, Klaus (1982): *Der wahlentscheidende Einfluss des Fernsehens auf die Bundestagswahl 1976 – oder Alchemie in der empirischen Sozialforschung*. In: Schatz, Herbert/Lange, Klaus (Hrsg.): *Massenkommunikation und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt a.M., S. 121-139.
- Meyn, Hermann (2004): *Massenmedien in Deutschland. Neuauflage*. Konstanz: UVK.
- Neuberger, Christoph (2006): *Weblogs = Journalismus? Kritik einer populären These*, in: Diemand, Vanessa/Mangold, Michael/Weibel, Peter (Hrsg.): *Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen*. Heidelberg: dpunkt verlag, S. 107-135.
- Neuberger, Christoph (1997): *Was ist wirklich, was ist wichtig? Zur Begründung von Qualitätskriterien im Journalismus*, in: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen*, Konstanz: UVK, S. 311-322.

- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2007): Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet, In: Media Perspektiven. H. 2, S. 96-112.
- Neuberger, Christoph/Tonnemacher, Jan (2003): Online. Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1980): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. München: Langen-Müller.
- Ott, Raphaela (2006): Weblogs als Medium politischer Kommunikation im Bundestagswahlkampf 2005, in: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 213-233.
- Pfetsch, Barbara (1996): Konvergente Fernsehformate in der Politikberichterstattung? Eine vergleichende Analyse öffentlich-rechtlicher und privater Programme 1985/96 und 1993, in: Rundfunk und Fernsehen (4), S. 479-498.
- Pfetsch, Barbara/Schmitt-Beck, Rüdiger (1994): Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation: Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen, in: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34). Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 106-138.
- Radunski, Peter (1996): Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe, in: Bertelsmann-Stiftung (Hrsg.): Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA: Gütersloh: Verlag Bertelsmann-Stiftung, S. 33-53.
- Quandt, Thorsten (2008): A 'whole new journalism' – stuck in the past? A comparative content analysis of online news in the US and Europe. *Journalism Studies*, 9(3) (im Erscheinen)
- Quandt, Thorsten/Löffelholz, Martin/Weaver, David/Hanitzsch, Thomas/Altmeppen, Klaus-Dieter (2006): American and German online journalists at the beginning of the 21st century. A bi-national survey. *Journalism Studies*, 7(2), S. 171-186.
- Quandt, Thorsten (2005): Journalisten im Netz. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Range, Steffen/Schweins, Roland (2007): Klicks, Quoten, Reizwörter: Wie das Web den Journalismus verändert. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Rau, Johannes (2004): Rede beim Jahrestreffen des Netzwerks Recherche am 5.6.2004 in Hamburg.
- Raupp, Juliana (2007): Politische Meinungsforschung. Die Verwendung von Umfragen in der politischen Kommunikation. Konstanz: UVK.
- Raupp, Juliana (2003): Information, Instrumentalisierung, Reflexion: Die widerspruchsvolle Verwendung von Umfragen in der Wahlberichterstattung, in: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.) (2006): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 116-137.
- Reinemann, Carsten (2003): Medienmacher als Mediennutzer: Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart. Köln u.a.: Böhlau.
- Reitze, Helmut/Ridder, Christa-Maria (2006): Massenkommunikation VII Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden: Nomos.
- Requate, Jörg (1995): Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert – Deutschland im internationalen Vergleich. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Rheingold, Howard (2003): Smart Mobs: The Next Social Revolution. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Rössler, Patrick (2003): Big Pollsters are watching you! Zur Darstellung und Wahrnehmung von Umfragen zur Bundestagswahl 2002 in unterschiedlichen Medien, in: Holtz-

- Bacha, Christina (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 138-161.
- Rössler, Patrick (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rühl, Manfred/Saxer, Ulrich (1981): 25 Jahre Deutscher Presserat, in: Publizistik 4/1981, S. 471-507.
- Ruß-Mohl, Stephan (2003): Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurt: F.A.Z. Buch.
- Sarcinelli, Ulrich (2008): Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System. (2. Auflage) Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schatz, Heribert/Rössler, Patrick/Nieland, Jörg-Uwe (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schmidt, Jan (2006): Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (2000): Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schoenbaum, David (2002): Ein Abgrund von Landesverrat: Die Affäre um den „Spiegel“. Berlin: Parthas.
- Schönhagen, Philomen (1999): Der Journalist als unbeteiligter Beobachter, in: Publizistik 2/1999, S. 271-287.
- Schorr, Angela (2000): Das geheimnisvolle Publikum, die Transformation der Medien und die künftige Publikums- und Wirkungsforschung, in: dies. (Hrsg): Publikums- und Wirkungsforschung – ein Reader. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 3-27.
- Schudson, Michael (1978). Discovering the News: A Social History of American Newspapers. New York: Basic Books.
- Schultz, Tanjev (2006): Geschwätz oder Diskurs? Die Rationalität politischer Talkshows im Fernsehen. Köln: Halem.
- Schulz, Winfried (2007): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, Winfried (2000): Medienexpansion und politische Kompetenz, in: Schorr, Angela (Hrsg): Publikums- und Wirkungsforschung – ein Reader. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 227-246.
- Schweitzer, Eva Johanna (2006): Professionalisierung im Online-Wahlkampf? Ein Längsschnittvergleich deutscher Partei-Websites zu den Bundestagswahlen 2002 und 2005, in: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 183-212.
- Stapf, Ingrid (2006): Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung. Konstanz: UVK.
- Tenscher, Jens (2003): Professionalisierung der Politikvermittlung. Politikvermittlungsexperten im Spannungsfeld von Politik und Massenmedien. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Tenscher, Jens (1999): „Sabine Christiansen“ und „Talk im Turm“. Eine Fallanalyse politischer Fernsehtalkshows, in: Publizistik, Jg. 44, H. 3, S. 317-333.
- Trappel, Josef (2007): Online-Medien – Leistungsprofil eines neuen Massenmediums Konstanz: UVK.
- Vowe, Gerhard/Emmer, Martin/Seifert, Markus (2007): Abkehr oder Mobilisierung? Zum Einfluss des Internets auf die individuelle politische Kommunikation. Empirische Befunde zu alten Fragen im Kontext neuer Medien, in: Krause, Birgit/Fretwurst, Benjamin/Vogelgesang, Benjamin (Hrsg.): Fortschritte der politischen Kommunikationsforschung. Festschrift für Lutz Erbring. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 109-130.

- Weaver, David H./Randal A. Beam/Bonnie J. Brownlee (2006): *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weber, Max (1992): *Politik als Beruf*. Stuttgart: Reclam.
- Wegener, Claudia (2001): *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried (1995): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation*. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure.
- Weischenberg, Siegfried (1989): *Der enttarnete Elefant. Journalismus in der Bundesrepublik – und die Forschung, die sich ihm widmet*, in: *Media Perspektiven*, H. 4, S. 227-239.
- Weischenberg, Siegfried/Loosen, Wiebke/Beuthner, Michael (Hrsg.) (2006): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Wied, Kristina (2007): *Der Wahlabend im deutschen Fernsehen. Wandel und Stabilität der Wahlberichterstattung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wilke, Jürgen/Reinemann, Carsten (2003): *Die Bundestagswahl 2002: Ein Sonderfall? – Die Berichterstattung über die Kanzlerkandidaten im Langzeitvergleich*, in: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 29-56.

Nachschlagen

- Oeckl, Albert (2008): *Taschenbuch des öffentlichen Lebens Europa 2007/2008*. Bonn: Festland Verlag.

Links

www.bundespresseamt.de
www.bundespressekonferenz.de
www.bundestag.de/presse/index.html
www.bundesrat.de
<http://europa.eu/>
www.nato.org
<http://www.gfk.com>
<http://www.ivw.de>
<http://blog.tagesschau.de/>
<http://www.kinau-mediaforschung.de/>
<http://www.tns-emnid.com>
www.media-perspektiven.de
www.djv.de
<http://dju.verdi.de>
www.presserat.de

Register

- Abgeordnete 23, 72
- Abstand 19, 26
- AFP* 51
- Agenda 54
- Agenda-Setting 165
- A-Länder 67
- Amerikanisierung 121
- Amtsbonus 78
- Analysen 112
- Anonyme Quellen 47
- AOL 97
- AP* 51
- Archive 141
- ARD* 33, 63
- Aufmerksamkeit 35
- Auskunftspflicht 171
- Ausland 71
- Auslandsberichterstattung 77
- Autorisierung 42, 107, 108
- Berliner Zeitung* 114
- Bild-Zeitung* 86, 94
- B-Länder 67
- Blattkritik 183
- Blattlinie 112
- Blogger 98, 138
- Boulevardisierung 121
- Brüssel 60, 71
- Bundespolitische
 - Korrespondenten 101
- Bundespresseamt 68
- Bundespressekonferenz 67
- Bundesrat 65, 67
- Bundestag 66, 100
- Bürger 31
- Bürger-Journalisten 98
- CDU 33
- Click Rates 156
- CSU 39
- Darstellungsformen 101, 117
- ddp* 51
- DDVG 33
- Demokratie 32
- Demoskopie 167
- Determinations-Hypothese 55
- Deutscher Bundestag 23
- Deutscher Presserat 173
- Deutschlandfunk* 87
- Die Grünen 39
- Die Welt* 94
- Die Zeit* 94
- dpa* 52, 87
- E-Campaigning 100
- E-Democracy 98
- Elefantenrunde 124
- E-Mail-Interview 143
- Ethik 178
- Ethik-Kodex 176
- EU-Berichterstattung 71
- EU-Kommission 72
- Europa 76

- Europa-Parlament 19, 66, 76
 Europawahl 76
 Events 34
 Exklusiv-Geschichten 22
 Exklusiv-Nachrichten 86
FAZ 87
 FDP 39, 92
 Feature 101, 104
 Fernsehrate 126
Financial Times Deutschland
 114
Focus 94
 Fotos 104
Frankfurter Allgemeine Zeitung
 94
Frankfurter Rundschau 94
 Gatekeeper 98
 Generalsekretäre 23
 Google 143
 Grafiken 104
 Hintergrund 17, 104
 Hintergrundkreise 25
 Informanten 20, 47
 Informantenschutz 171
 Innenpolitik 77
 Intereffikationsmodell 56
 Interview 21, 102, 105
 Jargon 104
 Jungpolitiker 23
 Kanzler 18
 Kill 52
Kölnischer Stadtanzeiger 157
 Kommentar 89, 112
 Kommissare 72
 Kommunalpolitik 70
 Kommunikationsagenturen 44
 Kontakte 22, 29
 Korrespondenten 102
 Landespolitik 69
 Landespressekonferenz 70
 Landesvorsitzende 23
 Leitartikel 101, 112
 Leitmedium 33, 85
 Lobby 39
 Lobbyarbeit 40
 Manipulation 26
Märkische Oderzeitung 127
 Marktmodell 56
 Massenmedien 33, 161
 Mediatisierung 32
 Mediendemokratie 29
 Medienkritik 183
 Medien-Malaise 83
 Meinungsbeiträge 112
 Meinungsbildung 163
 Meinungsforschungsinstitute
 156
 Meinungsführer 163
 Minister 18, 72
 Ministerpräsident 18
 Mobilisierung 82
 Nachricht 102
 Nachrichtenagenturen 51
 Nachrichtenwerte 78
 Newsweek 177
 Nutzerforschung 156
 Öffentlichkeit 24
 Online-Medien 89
 Parlament 32
 Parlamentarier 72

- Partei 29, 68
- Parteilichkeit 133
- Parteiloyalitäten 125
- Parteimedien 33
- Parteipräferenzen 131
- Parteitage 39
- Parteiveranstaltungen 33
- Personalisierung 121
- Planung 62
- Plenarwoche 66
- Podcast 92
- Politainment 134
- Politikverdrossenheit 31
- Politische Akteure 29
- Politische Institutionen 29
- Porträt 110
- PR 35
- PR-Agenturen 40
- Präsidium 68
- Presseabteilungen 24
- Pressefreiheit 31
- Pressekodex 173
- Pressekonferenz 18, 34
- Pressemitteilungen 40
- Presserabatt 39
- Pressesprecher 40
- Publikum 155
- Qualitätssicherung 182
- Quellen 22
- Reader Scan 156, 158
- Recherche 138
- Redaktionsdurchsuchungen 171
- Redaktionsgeheimnis 171
- Redaktionskonferenz 27, 62
- Redaktionsschluss 140
- Referentenentwürfe 50
- Regierung 32
- Reportage 110
- Reuters 51
- Rollentrennung 148
- Rollenverständnis 133
- Rundfunkräte 126
- Schweigespirale 165
- Skandale 31, 81
- SPD 33
- Spiegel* 86, 94
- Spiegel Online* 89
- Spin Doctors 41
- Spitzenpolitiker 24
- Sprecher 31
- Staatssekretären 23
- Stilform 102
- Strafaktionen 43
- Stuttgarter Zeitung* 129
- Suchmaschinen 141
- Süddeutsche Zeitung* 87, 94
- Tabellen 104
- Tagesthemen* 63
- Tageszeitung (taz)* 94
- Tauschgeschäfte 18
- Termine 68
- Throughput 31
- Tickets 125
- T-Online* 97
- TV-Duelle 163
- Verantwortung 178
- Verbände 40, 49
- Vertraulichkeit 21
- Vierte Gewalt 29, 136
- Volksparteien 68

- Vorabmeldungen 84
- Wahlempfehlungen 129
- Wahlen 66
- Wahlkampf 33
- Wahlkreis 42
- Watergate 48
- WAZ* 94
- WDR* 115
- Weblog 138
- Websites 33
- Wechselwähler 33
- Wikipedia 143
- Wochenkonferenzen 62
- Wortlaut-Interview 21, 105
- Yahoo!* 97
- ZDF* 33
- Zensur 32
- Zitate 22
- Zitiert-Werden 88