

Tanjev Schultz

Carsten Reinemann: Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart

2004

<https://doi.org/10.17192/ep2004.3.1767>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schultz, Tanjev: Carsten Reinemann: Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 21 (2004), Nr. 3, S. 319–320. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2004.3.1767>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Carsten Reinemann: Medienmacher als Mediennutzer.
Kommunikations- und Einflußstrukturen im politischen Journalismus
der Gegenwart**

Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag 2003, 333 S., ISBN 3-412-06203-0, €
34,90

Journalisten sind nicht nur Medienmacher, sondern auch Mediennutzer. Sie bilden nur einen winzigen, aber sehr bedeutsamen Teil des Publikums, an das sich journalistische Angebote richten. Der Rezeption des eigenen Mediums und anderer Medien kann ein großer Einfluss auf die journalistische Arbeit unterstellt werden. Journalisten nutzen Medien professionell zur Themensuche und -auswahl, zur Recherche, zum Abgleich und nicht zuletzt zur Bewertung der eigenen Berichterstattung. Über die Profile ihrer Mediennutzung gab es allerdings in Deutschland bisher nur wenige systematische Daten. Diese Lücke schließt nun eine im Böhlau Verlag verlegte Dissertation des Mainzer Publizistikwissenschaftlers Carsten Reinemann. Ausgehend von theoretischen Ansätzen der Journalismus-, Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung, schickte er im Sommer 2000 einen Fragebogen an 500 mit der Bundespolitik betraute Journalisten in Deutschland. Diese wurden in einem Quotenverfahren ausgewählt, das der Vielfalt an Mediengattungen und Medienprodukten Rechnung trug. Reinemann erhielt 284 verwendbare Fragebögen zurück – ein für Journalistenbefragungen ordentlicher Wert. Angereichert mit zahlreichen Tabellen präsentiert das Buch die Ergebnisse der Befragung in präzisen Analysen und gut geordneten Kapiteln. Dabei geht Reinemann immer wieder über beschreibende Befunde hinaus und analysiert Beziehungen zwischen verschiedenen Typen politischer Journalisten und ihrer jeweiligen Mediennutzung. So gibt es beispielsweise deutliche Unterschiede in der TV-Nutzung: Printjournalisten verbringen am wenigsten Zeit vor dem Fernseher. Insgesamt nutzen politische Journalisten die aktuelle Berichterstattung von Presse und Rundfunk im Schnitt mehr als viereinhalb Stunden am Tag. Der typische politische Journalist rezipiert, den Daten Reinemanns zufolge, täglich zwei überregionale und zwei regionale Blätter, eine Boulevardzeitung, drei Fernsehnachrichtensendungen sowie mindestens eine Nachrichtensendung im Radio. Ein Viertel liest außerdem die Online-Ausgaben klassischer Medien im Internet. Das tägliche Medienrepertoire wird um zwei bis drei Titel der Wochenpresse und um politische Magazine und Talkshows im Fernsehen ergänzt. Ein Großteil der Studie untersucht im Folgenden die Reichweiten, die Nutzungsformen und die Images einzelner Medientitel. Dabei zeigt sich, dass *Der Spiegel* und die *Bild-Zeitung* eine herausgehobene Stellung haben, da sie nicht nur von den meisten gelesen werden, sondern ihnen von den Journalisten außerdem ein besonders großer Einfluss, sowohl auf Politiker als auch auf die Bevölkerung, unterstellt wird. Zu den meistgenutzten und einflussreichsten Medien gehören außerdem die

Süddeutsche Zeitung und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*; gefolgt vom *Spiegel*, genießen sie unter politischen Journalisten das größte Prestige. Im Abgleich mit Studien aus früheren Jahrzehnten erkennt Reinemann einen Bedeutungszuwachs vor allem für die *Bild-Zeitung*. Außerdem hätten die Hauptstadtzeitungen *Berliner Zeitung* und *Tagesspiegel* mit der *Frankfurter Rundschau* und der *taz* gleichgezogen oder sie sogar überrundet. Am Schluss des informativen Buches stellt der Autor eine Reihe interessanter Überlegungen an, die jedoch nicht mehr vertieft werden. Mahnend merkt er an, dass der politische Journalismus seine Aufgaben nicht gut erfüllen könne, wenn die Orientierung an anderen Medien dazu führen sollte, dass Themen absichts des medialen Mainstreams nicht erschlossen werden.

Tanjev Schultz (Augsburg)