

Zur Einführung

Christian Nuernbergk, Nina Fabiola Schumacher, Jörg Haßler und Jonas Schützeneder

1. „*Politischer Journalismus: Konstellationen – Muster – Dynamiken*“

Unter diesem Titel fand vom 28.–30. September 2022 an der Universität Trier die erste gemeinsame Tagung der Fachgruppen „Kommunikation und Politik“ und „Journalistik/Journalismusforschung“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) statt. Der vorliegende Band versammelt eine Auswahl überarbeiteter Beiträge, die auf dieser Tagung als Vorträge präsentiert wurden.

Aus unterschiedlichen Perspektiven gehen die Autor:innen der Frage nach, in welchen Konstellationen und durch welche Akteur:innen *politischer Journalismus* geprägt wird. Sie erschließen Dynamiken im Feld. Entsprechend beleuchten die Beiträge unterschiedliche Kontexte, etwa zu politischem Journalismus auf Plattformen, in Wahlkämpfen, in einer Pandemie-Situation oder in Publikumsbeziehungen.

Der Medienwandel und der zu beobachtende Aufstieg der (digitalen) Plattformen verändert Akteur:innen und Praktiken im politischen Journalismus (Bruns, 2018). Die bisherigen journalistischen Routinen werden durch beschleunigte Nachrichtenzyklen und Publikationsumfelder in sozialen Medien herausgefordert; tradierte Normen verlieren graduell an Prägekraft. Neben den sich ändernden medialen Randbedingungen sind auch soziale Krisen, die direkte Folgen für die Themen- und Nachrichtenlage haben, durch den Journalismus zu bewältigen. Insbesondere die Auswirkungen der *COVID-19-Pandemie*, aber auch vermehrte Kriege und deren Folgen, sind hier zu nennen. Krisen dieser Art verursachen sozialen und emotionalen Stress (Hoak, 2023) und setzen den Journalismus zusätzlich unter Druck (zu Formen prekärer Einflüsse siehe Rick und Hanitzsch, 2024). Derartige ‚Großlagen‘ fordern Journalist:innen, die mit teils komplexen, neuartigen und unklaren Informationen in einem beschleunigten Nachrichtenumfeld konfrontiert werden. Mit einem höheren Maß an Publikumsreaktionen und Kommentaren zur Berichterstattung müssen sie ebenfalls rechnen.

Die Forschung setzt sich mit der Rolle, die Journalismus in aktuellen Krisen spielt, mit zeitlicher Distanz auseinander. Im Blickpunkt stehen Fragen der Vielfalt und Ausgewogenheit journalistischer Berichterstattung sowie Kritik und Kontrolle im Verhältnis zu Regierenden (z. B. Reinemann et al., 2024). Wichtiger wird auch, wie journalistische Vermittler:innen neben anderen Akteur:innen der Öffentlichkeit auf die Verhandlung dieser Themen Einfluss nehmen und wie journalistische Vermittlung in diesem Kontext wahrgenommen wird. Es geht also um die Rolle, die dem politischen Journalismus zugeschrieben wird und das gesellschaftliche Vertrauen in diese Institution. Die genannten Aspekte werden in der Journalismusforschung eher fragmentarisch verhandelt. Im kürzlich erschienenen *Handbuch Politischer Journalismus* von Prinzing und Blum (2021) heißt es: „Im deutschen Sprachraum jedoch fehlt eine Gesamtschau des politischen Journalismus“ (Prinzing und Blum, 2021, S. 19).

Vor diesem Hintergrund hat das Team um Christian Nuernbergk, Peter Maurer und Nina Fabiola Schumacher das Tagungsthema „*Politischer Journalismus: Konstellationen – Muster – Dynamiken*“ für das Treffen beider Fachgruppen in Trier vorgeschlagen. Sind es oft berechtigte spezifische Phänomene (wie z. B. Innovationen, Internationalisierung, Diversität), die im Mittelpunkt von Fachtagungen stehen, so ging es mit der Trierer Fragestellung (eher) darum, Änderungen im Feld des politischen Journalismus in der Breite kennenzulernen. Wissenschaftlich relevant ist insbesondere die Frage, welche Ansätze in der gegenwärtigen Forschung zu Kommunikation und Politik verfolgt werden, die Journalismus als (politischen) Akteur berücksichtigen.

Mit dem Begriff *politischer Journalismus* wird hier eine weite Bezeichnung für die Festlegung des Forschungsgegenstandes gewählt. Lünenborg und Sell (2018, S. 3, H.i.O.) betrachten politischen Journalismus als „Beobachter und Akteur, Beschreibender und Gestalter zugleich“. Sie verweisen darauf, dass Journalismus wesentlich den „Raum des politisch Sagbaren“ (2018, S. 3) gestaltet, sich dabei allerdings zunehmend anderen Akteur:innen im Diskurs gegenüber sieht. Auf solche Konstellationen, Muster und Dynamiken im Umfeld und mit journalistischen Vermittler:innen zielt der vorliegende Band ab.

Demgegenüber steht die Bezeichnung *Politikjournalismus* stärker für einen Ressortbezug mit konkret begrenzten Handlungsfeldern: „Die politischen Journalisten betreiben hauptsächlich Regierungs-, Parlaments-, Parteien-, Verbands-, Wahl-, Abstimmungs- und Themenberichterstattung“ (Blum 2005, S. 346). Politikjournalismus und auch „Berichterstattung über

Politik“ (z. B. Bruns und Marcinkowski, 1997) ließen sich für empirisch-analytische Zwecke also auch stärker begrenzen. Eine genauere Ebenendifferenzierung des politischen Journalismus nehmen Jarren und Donges (2022) vor. Sie diskutieren jeweils theoretische und empirische Anknüpfungspunkte auf der Mikro-, Meso- und Makroebene. In komparativer Hinsicht existieren wichtige Vorarbeiten, die das Feld exploriert haben und Politikjournalist:innen in den Blick nehmen (z. B. Albaek et al., 2014; Kuhn und Nielsen, 2014). Allerdings hat sich das mediale Umfeld mit der Herausbildung hybrider Mediensysteme (Chadwick, 2017) und dissonanter Öffentlichkeiten (Pfetsch et al., 2018) so verändert, dass (noch) intensiverer Forschungsbedarf besteht.

Den Begriff *politischer Journalismus* verwenden auch Prinzing und Blum (2021, S. 21); sie verstehen darunter

„Journalismus, der sich entweder engagiert oder kritisch-distanziert mit den Rahmenbedingungen, Absichten, Ereignissen, Handlungen, Themen und Akteuren des politisch-administrativen Systems und politischer Bürgeraktionen befasst und die Informationen darüber dem Publikum über Kanäle aktueller und öffentlicher Medien so rasch, so kompetent, so verständlich und so unterhaltend wie möglich vermittelt, in Zusammenhänge einordnet und kommentiert. Jene, die politischen Journalismus betreiben, werden dadurch selber politisch aktiv, als sie analysierend, Position beziehend, alarmierend, seismografisch oder skandalisierend in den politischen Prozess eingreifen.“

Diese Definition macht ebenfalls auf ein gestaltendes Element aufmerksam. Sie zeigt, dass Journalismus als Akteur in einer Dreieckskonstellation mit Politik und Bürger:innen steht und die Vermittlungsrolle gegenüber dem Publikum in variierenden Mustern zwischen Distanz und Haltung ausfüllen kann. Damit ist ein gewisses Spannungsfeld der Rollenausübung umrissen; in Befragungen der *Worlds of Journalism*-Vergleichsstudie wird in Deutschland allerdings nach wie vor stärker eine Praxis von Distanz und Objektivität betont (Hanitzsch et al., 2019, S. 184).

Politischer Journalismus ist für die politische Öffentlichkeit und ebenso für die politische Meinungs- und Willensbildung zentral; unter den Bedingungen *digitaler Netzwerköffentlichkeit* steigen die Anforderungen an die Vermittlungsleistungen journalistischer Akteur:innen (Neuberger, 2020, S. 131–142). Journalismus ist hier gefordert, stärker Moderations- und Navigationsleistungen zu übernehmen; zugleich muss Journalismus jederzeit mit kritischer oder instrumentalisierender Anschlusskommunikation rech-

nen. Informationen können aus unterschiedlichen Kanälen einwirken, neu gerahmt und selektiv in daran angeschlossenen Netzwerken/Communities verbreitet werden. Alternative Narrative können Dissonanzen und Verständigungsprobleme in der politischen Öffentlichkeit hervorrufen. In diesem Kontext ist durch (weitere) Forschung zu klären, ob und wie Journalismus seiner erweiterten Rolle nachkommt und, ob er in diesem Umfeld selbst Informationen in einer besonderen Qualität bereitstellt.

Da sich Journalismus und Gesellschaft zusehends Plattformen gegenübersehen (van Dijck et al., 2018), sind Anpassungsprozesse wahrscheinlich bis unausweichlich: Grundsätzlich gewinnen Metriken über das Publikum und Marktdaten an Bedeutung (Loosen et al., 2023) und beeinflussen den journalistischen Prozess (auch wenn Redaktionen im Vergleich zu Plattformbetreibern nur eingeschränkte Daten erhalten). Die Vermessung des Publikums und seiner Bedürfnisse (*user needs*), aber auch das Publikumsfeedback können relevante Größen redaktioneller Entscheidungen sein. Ob und wie sich dies auf die Selektion, Präsentation, Distribution und Wahrnehmung von politischen Themen auswirkt, bedarf einer auf Dynamik ausgerichteten Analyse. Stichworte bei der Inhaltsauswahl- und gestaltung in der fachwissenschaftlichen Diskussion sind u. a. Affordanzen und Plattformlogiken (Schmidt und Taddicken, 2022; Klinger und Svensson, 2015). Schon jetzt prägen affektive Dynamiken und Polarisierungen Plattformkommunikation (Törnberg, 2022; Papacharissi, 2015). Zu fragen ist hier nach den Auswirkungen auf die journalistische Vermittlung.

Ebenso wird *künstliche Intelligenz* Muster journalistischer Vermittlung tangieren; nicht zuletzt wächst auch in diesem Feld eine vielschichtige Abhängigkeit insbesondere von Plattformen aus dem „GAFAM“-(Google, Apple, Facebook, Microsoft)-Segment, die etwa Simon (2022) mit Blick auf Autonomieverluste und Unabhängigkeit kritisch beurteilt.

Grundsätzlich flexibilisieren sich die Akteurkonstellationen der politischen Öffentlichkeit. Sie lassen sich mit Chadwick (2017) als dynamische Assemblages von Akteur:innen betrachten, die themen- und ereignisabhängig zusammenfinden. Den politischen Journalismus des Hybrid Media Systems tragen nicht mehr alleine etablierte, traditionelle journalistische Marken und Organisationen, sondern auch neue Angebote und Akteur:innen. Diese experimentieren teils mit neuen Präsentationsformen (z. B. Podcasts, Videos, Langformen, Daten, Faktenchecks, etc.). Journalist:innen können außerdem selbst mit eigenen Profilen marken- und angebotsunabhängig agieren (*personal branding*; Brems et al., 2017). Erfolgreiche Individualprofile von journalistischen Persönlichkeiten sind hilfreich, um Medienmarken

auf einer Plattform zu mehr Reichweite zu verhelfen. Zu fragen ist aber auch, in welchem Zusammenhang persönliche Profile mit *Koorientierungsprozessen* im Journalismus stehen: Tragen sie zu Bewertungs- und Skandalisierungsdynamiken bei (Kepplinger, 2018)? Wenn Plattformlogiken und stärker affektiv aufgeladenene Kommunikationsformen im Umfeld dominieren, werden sich Journalist:innen zurückhalten oder stärker politisch aktiv?

Die Diskussion um die Aneignung sozialer Medien im Journalismus war lange von der Frage begleitet, ob hier eine Normalisierung (im Sinne einer Übertragung journalistischer Normen) erwartet werden kann (Lasorsa et al., 2011; Singer, 2005). Die oben skizzierten Einflüsse signalisieren, dass es auch einen Anpassungsprozess im Journalismus selbst gibt, der von neuen Kommunikations- und Publikumsumfeldern geprägt wird. Diese Einflüsse können Rollenvorstellungen und -sets von Medienschaffenden rekonfigurieren. Entsprechend lohnt es sich, diese Entwicklungen ebenso für politische Journalist:innen komparativ aufzuarbeiten und nachzuzeichnen.

Solche Anpassungsprozesse im Journalismus stehen auch in einer wechselseitigen Beziehung mit Veränderungen auf der Quellenseite und korrespondieren mit dieser (Ekman und Widholm, 2015). Auf digitalen Plattformen haben sich auch die Angebote politischer Quellen erweitert; Kandidierende, Abgeordnete und Regierende sind neben Parteien, Aktivist:innen und zivilgesellschaftlichen Gruppen präsent. Eine Personalisierung bzw. Individualisierung der politischen Kommunikation zeigt sich hier für alle Bereiche (Enli und Skogerbø, 2013). Daneben gewinnen auch (politische) Influencer:innen an Bedeutung, die den Verlauf politischer Diskussionen und Stimmungen in den sozialen Medien durchaus prägen können (Bause, 2021; Sehl und Schützeneder, 2023).

Bisher sind Langzeitanalysen noch häufig auf die Nachrichtenangebote selbst beschränkt und untersuchen beispielsweise Trends wie die Herausbildung eines „*interpretive journalism*“; dieser geht über einen faktenbasierten, beschreibenden und quellen-orientierten Journalismus hinaus und greift stattdessen stärker analysierende, spekulative, interpretative und wertende Formen auf (Sagaldo und Strömbäck, 2012). In hybriden Medienumgebungen und Plattformkontexten müssten aus unserer Sicht verstärkt auch ergänzende Formate berücksichtigt werden, in denen sich Journalist:innen individuell äußern. Außerhalb redaktioneller Auftritte ist ebenfalls mit Vermittlungsdynamiken zu rechnen. Zu klären ist ebenso, welche Interaktionen journalistische Interpretationen hier auslösen und wie präsent sie in den sich herausbildenden Öffentlichkeiten sind. Inhaltliche Dynamiken

sind beispielsweise in der Wahlkampfberichterstattung zu erwarten, die v. a. mit Blick auf Facetten des Framings, der Personalisierung, und im Zusammenhang mit Populismus betrachtet werden kann.

In analytischer Hinsicht steigen die Anforderungen an die empirische Analyse, da die Identifikation relevanter Angebote und Accounts an Schwierigkeit gewinnt und vielschichtiger wird. Zu berücksichtigen sind unterschiedliche Akteurstypen und Plattformen – allerdings existieren dafür kaum Verzeichnisse außerhalb der redaktionellen Angebotsebene. Sinnvoll sind Datenbanken öffentlicher Sprecher:innen, die eine plattformbezogene Journalismusforschung unterstützen (z. B. Schmidt et al., 2023). Daneben braucht es neue und innovative methodische Zugänge, die Datenbestände automatisiert inhaltsanalytisch auswerten oder vergleichend erschließen (Hase et al., 2023; Maier et al., 2018). Auch netzwerkbezogene (z. B. Nuernbergk, 2021), visuelle und multimodale Forschungszugänge (z. B. Geise et al., 2024) werden im Plattformkontext an Bedeutung gewinnen.

Insgesamt stellt sich in dissonanten und vernetzten Öffentlichkeiten die zentrale Frage, wie und welche Gruppen Plattform-Publika in Aufmerksamkeitsdynamiken an sich binden können und Meinungsmacht ausüben. Jungherr und Kolleg:innen (2019) verwenden den Begriff „*Discursive Power*“, um die Fähigkeit bzw. das Potenzial von Akteur:innen zu beschreiben, Themen, Frames und Sprecher:innen in aktuellen Öffentlichkeiten einzuführen, zu verstärken oder aufrechtzuerhalten. Der Journalismus gewinnt seinerseits durch die Quellen-Aktivität und algorithmisch gestütztes Monitoring neue Beobachtungsmöglichkeiten politischer Aktivitäten in Echtzeit. Insgesamt steigen die Anforderungen in der Recherche- und Verifikationspraxis, um in einem hochdynamischen Umfeld nicht strategischer Desinformation ausgeliefert zu sein.

2. Überblick über den Tagungsband

Der vorliegende Band versammelt Beiträge, die sich (1) mit dem Wandel und den Charakteristika des politischen Journalismus auseinandersetzen; (2) die theoretische Zugänge zu politischem Journalismus in Netzwerköffentlichkeiten und hybriden Medienumgebungen liefern; (3) die methodische Zugänge zu politischem Journalismus präsentieren; (4) die Konstellationen und Dynamiken des politischen Journalismus beleuchten und (5) die Muster des politischen Journalismus anhand ausgewählter Beispiele und Debatten beleuchten.

Aufbauend auf seiner Trierer Keynote fokussiert Andreas Jungherr im Beitrag *Digitaler Wandel im Kaleidoskop der Sozialwissenschaft* die durch die Digitalisierung bedingten Veränderungen im Journalismus und der politischen Kommunikation, insbesondere im Kontext sozialwissenschaftlicher Perspektiven und aktueller Fragestellungen, die auf Effekte und Auswirkungen digitaler Medien in unserer Gesellschaft abzielen. Jungherr kontextualisiert die Relevanz der Anwendung verschiedener struktureller, sprachlicher und psychologischer Forschungsperspektiven, um so neue theoretische und methodische Rahmen für Forschung zu schaffen.

Marlis Prinzing und Roger Blum widmen sich in ihrem Aufsatz *Varianten im politischen Parallelismus: Vorschlag einer Systematik* neuen Entwicklungen im Phänomen des politischen Parallelismus. Illustriert werden diese durch vier Fallbeispiele, darunter die Einflussnahme von Medienkonzernen auf den politischen Ton der Berichterstattung und somit eine Einschränkung der Pressefreiheit („begrenzter politischer Parallelismus“), sowie eine Interessens- und Profitgemeinschaft zwischen bestimmten Medien und der Regierung, um so eine positive politische Berichterstattung zu sichern. Prinzing und Blum stellen fest: Der politische Parallelismus ist variantenreicher geworden, temporäre oder themenorientierte Positionierungen sind häufiger und liefern damit neue Anknüpfungspunkte für Politikwissenschaft und Journalismusforschung.

Daran anschließend explorieren zwei Beiträge die Wahrnehmung des politischen Journalismus und journalistischer Berichterstattung: Stefanie Holtrup untersucht in ihrem Beitrag *Vertrauen in und Genauigkeit von Nachrichten zur Bundestagswahl 2021*. Die Autorin geht darin mithilfe einer Befragung auf das Verhältnis zwischen wahrgenommener Genauigkeit und dem Vertrauen in die Berichterstattung ein. Sie verbindet dies mit dem Einfluss des politischen Vertrauens, der politischen Einstellungen sowie des politischen Involvements. Ihre Erkenntnis: Werden die Nachrichten als genau und transparent wahrgenommen, steigt auch das Vertrauen in die Berichterstattung. Dieses wird wiederum von politischem Vertrauen und politischem Involvement positiv beeinflusst. Die Befragung zeigt allerdings auch, dass weder politische Einstellungen noch soziodemografische Merkmale signifikante Auswirkungen auf wahrgenommene Genauigkeit oder das Vertrauen in die journalistische Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021 haben.

Mit der Studie *Nähe vs. Unabhängigkeit: Die Haltung des Publikums zum Journalismus* fokussieren anschließend Hanna Schmidt, Jakob Henke, Niklas Kastor, Thomas Roessing, Günther Rager und Michael Steinbrecher

das wichtige Feld der Wahrnehmung des Journalismus durch die Bevölkerung in Deutschland. Die Ergebnisse aus dieser Befragung bestätigen den „Hostile Media-Effekt“: Es besteht eine Korrelation zwischen Kritik am Journalismus und der Wahrnehmung einer Presse, die in einem Abhängigkeitsverhältnis mit der Politik steht und verschiedene Gruppen auf dem politischen Spektrum benachteiligt. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Rolle des Journalismus als kritisch informierende Instanz aus der Perspektive vieler Rezipient:innen nicht ausreichend erfüllt wird.

Passend dazu blickt der folgende Beitrag konkreter auf die Entwicklungen im investigativen Journalismus: Renée Lugschitz, Michael Graßl, Andy Kaltenbrunner, Korbinian Klinghardt, Maike Körner und Jonas Schützeneder sehen den kollaborativen-investigativen Journalismus als eine der wichtigsten journalistischen Innovationen. Auf Basis von über 100 Expert:innen-Interviews aus dem JoIn-DemoS-Projekt schildert das Team Hintergründe zum Thema *Kollaborativer-investigativer Journalismus als Innovation: Beispiele Deutschland und Österreich*. Der Beitrag differenziert nationale, bilaterale, europäische und globale Kooperationsformen und geht insbesondere auf die ermöglichten Synergieeffekte und Learnings für Journalist:innen ein.

Stärker auf die Inhalte und Muster von Nachrichten bezieht sich der Beitrag von Katharina Ludwig, Chung-hong Chan, Rainer Freudenthaler, Philipp Müller und Hartmut Wessler. Unter dem Titel *Differenzieller Rassismus in der Nachrichtenberichterstattung: Implizite und explizite Stigmatisierungen* verwenden sie die Methoden des Latent Semantic Scaling und Word-Embedding-Biases, um in deutschen Nachrichtenmedien die Stigmatisierung verschiedener Gruppen zu messen. Der interdisziplinäre Ansatz und die Verknüpfung der sozialpsychologischen Intergruppentheorie ermöglicht eine genauere Einordnung der Ergebnisse. Die Studie zeigt beispielsweise: Insbesondere sozioökonomischer Status und kulturelle Unterschiede sind Aspekte, die eine Stigmatisierung bestimmter Gruppen erklären können. Essenziell für eine Auflösung der expliziten Stigmatisierung sei hier der zwischenmenschliche Kontakt zwischen Journalist:innen und ethnischen und religiösen Gruppen. Der Beitrag plädiert daher auch für eine Sensibilisierung der Journalist:innen für diese Muster der Stigmatisierung, um ihre Reproduktion zu hemmen.

Teile des Umfelds des politischen Journalismus in einer von dissonanten Öffentlichkeiten geprägten Medienwelt zeigt der Beitrag von Lars Rinsdorf, Katarina Bader und Carolin Jansen. Unter dem Titel *Telegram als Plattform für staatsskeptische Akteur:innen* präsentieren die Autor:innen eine Unter-

suchung der Nutzung von Telegram als Plattform zur Herstellung von Ge- genöffentlichkeit. Durch Experteninterviews kristallisiert sich heraus, dass Telegram leichte Übergänge zwischen Nutzer:innen und Inhalten erlaubt, wodurch auch die Verbreitung von Desinformationen begünstigt wird. Das Kuratieren reichweitenstarker Akteur:innen gilt hier als zentrale Praktik, um Berichterstattung der etablierten Medien in staatsskeptischen, radikalierten und elitenkritischen Kontexten umzudeuten. Als übergeordnetes Ziel wurde die Ausbreitung der ideologischen Einstellung in weniger radikalisierte Umfelder identifiziert.

Der Beitrag *Die Journalismus-Publikum-Beziehung als Herausforderung für den politischen Journalismus* geht von wachsenden Publikumseinflüssen aus. Darin erörtern die Autorinnen Bernadette Uth, Helena Stehle, Claudia Wilhelm, Hanne Detel und Nicole Podschuweit verschiedene Konzeptualisierungen, die sich aus der existierenden Forschung herauskristallisieren. Sie heben sechs übergeordnete Kategorien hervor, in die theoretische Ansätze zur Untersuchung der Journalismus-Publikum-Beziehung eingeteilt werden können: erwartungsbasierte, diskursive, netzwerkbasierte, technologische, parasoziale und strategisch-organisationale Konzeptualisierungen. Jeder Ansatz fokussiert unterschiedliche Aspekte der Dynamik zwischen Journalismus und seinem Publikum, u. a. die journalistischen Rollenbilder oder auch den Einfluss der Digitalisierung. Eine wichtige Erkenntnis aus der Analyse betrifft zudem die wechselseitigen Erwartungen, die die Beziehung zwischen Journalismus und Publikum prägen, und deren weitere Erforschung im Kontext der fortschreitenden Digitalisierung und Audience Analytics unerlässlich wird.

Passend dazu folgt der Beitrag von Paula Nitschke und Markus Schug mit dem Titel *Politische Online-Influencer:innen als neue Akteure in der öffentlichen Kommunikation*. Das Duo beschreibt Influencer:innen als Grenzgänger:innen in der allgemeinen politischen Kommunikation und untersucht die Beziehung zu ihrem Publikum sowie zur Politik. Die Befragung von Intensivnutzer:innen von zwei Influencer:innen zeigt, dass die Nutzer:innen zwar die Professionalität klassischer journalistischer Berichterstattung schätzen, aber die Inhalte der Influencer:innen bevorzugen. Dies könnte an der Verbindung von politischen Inhalten mit Unterhaltung liegen. Besonders positiv wird zudem die Verknüpfung von privaten mit politischen Themen empfunden, während die Nutzer:innen Bedenken bezüglich Objektivität äußern. Außerdem fällt auf: Parasoziale Beziehungen zwischen den Nutzer:innen und Influencer:innen begünstigen ein Vertrauensverhältnis, wodurch die Nutzer:innen Motivation finden können, sich

mit Politik auseinanderzusetzen. Trotz teilweise journalismus-ähnlicher Berichterstattung sind politische Online-Influencer:innen dennoch eher Micro-Celebrities und keine Journalist:innen.

Ebenfalls im Forschungsfeld der sozialen Medien arbeiten Anna Gaul, Katharina Pohl, Elisabeth Schmidbauer, Anna-Katharina Wurst und Jörg Haßler mit ihrem Beitrag *Die strategische Nutzung von Medienbezügen auf Facebook und Instagram*. Darin beschäftigen sich die Autor:innen mit der strategischen Kommunikation politischer Akteur:innen im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 und untersuchen den Einsatz von Verlinkungen. Die quantitative Inhaltsanalyse zeigt, dass die Parteien und Spitzenkandidierenden Möglichkeiten des Agenda Buildings durch strategische Verlinkungen insbesondere auf Facebook nutzen. Dies wird verstärkt eingesetzt, wenn die verlinkten Nachrichtenmedien den eigenen oder parteiischen Standpunkt widerspiegeln und ist eng mit dem Werben um Vertrauen verbunden.

In den folgenden drei Beiträgen des Bandes werden die Aktivitäten von einzelnen Journalist:innen auf Twitter in das Zentrum gerückt. Inwieweit sich die Kommunikationsmuster politischer und journalistischer Akteur:innen zu Wahlkampfzeiten auf Twitter unterscheiden, untersuchen Nina Fabiola Schumacher und Christian Nuernbergk in ihrem Beitrag *Der Bundestagswahlkampf 2021 auf Twitter: Journalistische und politische Perspektiven*. Im Fokus stehen dabei Muster der (Fremd-)Personalisierung und Bewertungen. Die Ergebnisse zeigen, dass Journalist:innen grundsätzlich professionelle Distanz wahren, während politische Akteur:innen im Vergleich häufiger zu Fremd-Personalisierung tendieren. Die identifizierten Kommunikationsmuster und der Themenfokus schwanken während den untersuchten Wahlkampfzeiten; besonders in der Vorwahlkampfphase heben sich Kompetenz und Glaubwürdigkeit als wichtige Personalisierungsmerkmale hervor.

Die Studie *Themen und Tendenzen in Tweets deutscher Journalist:innen zu COVID-19* von Peter Maurer und Christian Nuernbergk setzt sich mit der Vermittlung der Pandemie auf Twitter auseinander. Basierend auf Topic-Modelling und einer Keyness-Analyse werden Muster zu Themen, Tendenzen und Frames in journalistischen Tweets mit einer automatisierten Inhaltsanalyse ermittelt. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Tweets der Journalist:innen thematisch weitgehend mit in der Forschung identifizierten Tendenzen der Berichterstattung traditioneller Medien korrespondieren. Es zeigt sich bei einer übergreifenden Betrachtung ein relativ homogenes journalistisches Interpretationsmuster. Im Vergleich einzelner

Mediengruppen finden die Autoren Unterschiede bei der Betonung der Pandemieauswirkungen.

In der Studie *Die Ibiza-Affäre auf Twitter: Journalistisches Framing eines politischen Skandals* erfasst Maximilian Eder mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse die verwendeten Frames in der Skandal-Berichterstattung zur Ibiza-Affäre und hebt Länderunterschiede zwischen deutschen und österreichischen Journalist:innen hervor. Österreichische Journalist:innen nutzten Frames der individuellen Verantwortung der im Skandal involvierten Politiker, was der Autor auf historische, kulturelle und gesellschaftliche Faktoren zurückführt. Unabhängig von der Nationalität tendierten die Journalist:innen dazu, auf Twitter ihre persönliche Meinung über die Affäre mitzuteilen.

Dominique Wirz und Florin Zai widmen sich in ihrer Studie *Politischer Journalismus auf Instagram: Informations- und Unterhaltungspotenzial Schweizer Nachrichtenmedien* den sogenannten Infotainment-Angeboten und ihrem politischen Berichterstattungswert. Mithilfe einer Inhaltsanalyse bestätigen die Autor:innen, dass Politik das häufigste Thema der Berichterstattung ist, es beim Informationsgehalt dennoch einen Unterschied zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien gibt. Qualitätsmedien setzen Elemente des Infotainment gezielt ein. Auffällig ist vor allem die Länge der Instagram-Storys und das Spannen eines Narrativs, um so Aufmerksamkeit zu generieren.

Mit dem vorliegenden Band wird die bestehende Forschung zum politischen Journalismus vor allem um Studien ergänzt, die den Medienwandel vielseitig reflektieren: Die Journalismus-Publikum-Beziehung und die Wahrnehmung des Journalismus geraten auf den Prüfstand wie auch neue Orte der journalistischen Vermittlung in den sozialen Medien. Dabei liegt der Fokus noch auf einer Exploration der Felder und der Identifikation grundsätzlicher Muster. In Zukunft wird es aus unserer Sicht relevanter, noch stärker Vermittlungs- und Nachrichtendynamiken in diesen neuen Kontexten abzubilden und zu erforschen.

Zum Abschluss des Überblicks über den vorliegenden Tagungsband, wollen wir einige Worte des Dankes aussprechen: Die Trierer Tagung und damit auch dieser Band wäre nicht möglich gewesen ohne das Engagement vieler Beteiligten. Wir danken den Herausgeber:innen der Reihe *Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit*, Frank Marcinkowski, Barbara Pfetsch und Gerhard Vowe, für die Aufnahme des Bandes in ihre Schriftenreihe, ihr Feedback und ihre Unterstützung bei der Realisation

und Förderung des Projekts. Auch Sandra Frey und *Nomos* haben uns bei der Beratung und Produktion dieser Publikation sehr unterstützt.

Die Open Access-Publikation des Bandes wurde durch den Publikationsfonds der Universität Trier gefördert. Die Rheinland-Pfälzische Forschungsinitiative *Musterhaftigkeit. Sprachliche Kreativität und Variation in Synchronie und Diachronie* und das *Trier Center for Language and Communications* haben die Publikation ebenfalls über eine Zuwendung unterstützt. Der *Universität Trier*, dem *Freundeskreis der Universität Trier* und der *Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* danken wir für die finanzielle Förderung der Tagung.

Mit den Autor:innen und allen weiteren Tagungsvortragenden freuen wir uns über ihre engagierten Beiträge und ihre Anstöße zur Diskussion aktueller Fragen des politischen Journalismus. Bei Susanne Kupp und Peter Maurer (jetzt Universität Karlstad) bedanken wir uns sehr herzlich für ihre planerische und organisatorische Unterstützung unserer Tagung. Viele studentische Mitarbeiter:innen und wissenschaftliche Hilfskräfte begleiteten dieses Projekt auf wunderbare Weise: Miriam Scharley hat das interne Lektorat des Bandes übernommen und alle Beiträge aufmerksam Korrektur gelesen. Die Tagungsorganisation haben Lilja Dittmer, Leon Jennißen, Merlin Gard, Moritz Huhn, Matthias Kehrbaum, Lara Kuck, Fabian Veit und Maria Wiebke tatkräftig mit ganz unterschiedlichen Aufgaben unterstützt.

Literatur

- Albæk, E., van Dalen, A., Jebril, N., & de Vreese, C. H. (2014). *Political journalism in comparative perspective*. Cambridge University Press.
- Bause, H. (2021). Politische Social-Media-Influencer als Meinungsführer? *Publizistik*, 66(2), 295–316. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00666-z>
- Brems, C., Temmerman, M., Graham, T., & Broersma, M. (2017). Personal Branding on Twitter: How employed and freelance journalists stage themselves on social media. *Digital Journalism*, 5(4), 443–459. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1176534>
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Peter Lang Publishing.
- Bruns, T., Marcinkowski, F. (1997). Thematische und inhaltliche Struktur der Berichterstattung in Nachrichten- und politischen Informationssendungen. In *Politische Information im Fernsehen*. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, 22, (S. 79–142) Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-322-97356-6_5

- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Dijck, J. van, Poell, T., & Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Donges, P., & Jarren, O. (2022). Akteure politischer Kommunikation II: Journalismus. In P. Donges & O. Jarren (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft* (S. 149–158). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37079-4_8
- Ekman, M., & Widholm, A. (2015). Politicians as Media Producers: Current trajectories in the relation between journalists and politicians in the age of social media. *Journalism Practice*, 9(1), 78–91. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928467>
- Enli, G. S., & Skogerø, E. (2013). Personalized Campaigns In Party-Centered Politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, Communication & Society*, 16(5), 757–774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- Geise, S., Maubach, K., & Boettcher Eli, A. (2024). Picture me in person: Personalization and emotionalization as political campaign strategies on social media in the German federal election period 2021. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448231224031>
- Hanitzsch, T., Vos, T. P., Standaert, O., Hanusch, F., Hovden, J. F., Hermans, L., & Ramaprasad, J. (2019). Role Orientations: Journalists' Views on Their Place in Society. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, & A. De Beer (Hrsg.), *Worlds of Journalism* (S. 161–198). Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/hani1864-2-008>
- Hase, V., Boczek, K., & Scharkow, M. (2023). Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter. *Digital Journalism*, 11(8), 1499–1520. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128389>
- Hoak, G. (2023). Unprecedented times in journalism: emotional stress and covering the COVID-19 pandemic. *Journalism Studies*, 24(3), 347–364. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2161928>
- Kepplinger, M. (2018). *Medien und Skandale*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21394-7>
- Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Kuhn R., & Nielsen, R. K. (2014). *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*. I.B. Tauris.
- Jungherr, A., Posegga, O., & An, J. (2019). Discursive Power in Contemporary Media Systems: A Comparative Framework. *The International Journal of Press/Politics*, 24(4), 404–425. <https://doi.org/10.1177/1940161219841543>
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19–36. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825>

- Loosen, W., Garmissen, A. V., Bartelt, E., & Olphen, T. V. (2023). Journalismus in Deutschland 2023: Aktuelle Befunde zu Situation und Wandel. <https://doi.org/10.21241/ssoar.89555>
- Lünenborg, M., & Sell, S. (2018). Politischer Journalismus als Forschungsfeld: Theoretische Verortung und empirische Zugänge. In M. Lünenborg & S. Sell (Hrsg.), *Politischer Journalismus im Fokus der Journalistik* (S. 3–31). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18339-4_1
- Maier, D., Waldherr, A., Miltner, P., Wiedemann, G., Niekler, A., Keinert, A., Pfetsch, B., Heyer, G., Reber, U., Häussler, T., Schmid-Petri, H., & Adam, S. (2018). Applying LDA Topic Modeling in Communication Research: Toward a Valid and Reliable Methodology. *Communication Methods and Measures*, 12(2–3), 93–118. <https://doi.org/10.1080/19312458.2018.1430754>
- Neuberger, C. (2020). Journalismus und digitaler Wandel: Krise und Neukonzeption journalistischer Vermittlung. In O. Jarren & C. Neuberger (Hrsg.), *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise* (S. 119–154). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748909729-119>
- Nuernbergk, C. (2021). Social Network Analysis. In I. Borucki, K. Kleinen-von Königslöw, S. Marschall, & T. Zerback (Hrsg.), *Handbuch Politische Kommunikation* (S. 1–13). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26242-6_54-1
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.
- Pfetsch, B., Löblich, M., & Eilders, C. (2018). Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung. *Publizistik*, 63(4), 477–495. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0441-1>
- Prinzing, M., & Blum, R. (Hrsg.). (2021). *Handbuch politischer Journalismus*. Herbert von Halem Verlag.
- Reinemann, C., Maurer, M., Kruschinski, S., & Jost, P. (2024). The Quality of COVID-19 Coverage: Investigating Relevance and Viewpoint Diversity in German Mainstream and Alternative Media. *Journalism Studies*, 25(6), 681–702. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2326642>
- Rick, J., & Hanitzsch, T. (2024). Journalists' Perceptions of Precarity: Toward a Theoretical Model. *Journalism Studies*, 25(2), 199–217. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2326642>
- Salgado, S., & Strömbäck, J. (2012). Interpretive journalism: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 144–161. <https://doi.org/10.1177/1464884911427797>
- Schmidt, J.-H., & Taddicken, M. (2022). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 19–34). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_2
- Schmidt, J.-H., Münch, F. V., & Merten, L. (2023). *DBoeS-data*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SK6T5>
- Sehl, A., & Schützeneder, J. (2023). Political Knowledge to Go: An Analysis of Selected Political Influencers and Their Formats in the Context of the 2021 German Federal Election. *Social Media + Society*, 9(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305123117>

- Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173–198. <https://doi.org/10.1177/1464884905051009>
- Simon, F. M. (2022). Uneasy Bedfellows: AI in the News, Platform Companies and the Issue of Journalistic Autonomy. *Digital Journalism*, 10(10), 1832–1854. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2063150>
- Törnberg, P. (2022). How digital media drive affective polarization through partisan sorting. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(42). <https://doi.org/10.1073/pnas.2207159119>

