

Journalistische Feldzüge oder Ich bild´ dir eine Meinung

13.09.2007, 17:34 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Herbert von Halem Verlag*



Propaganda, Diffamierung, tendenziöse Berichterstattung und Polarisierung – immer häufiger wird der Vorwurf des Kampagnenjournalismus laut. Vasco Boenisch prüft in *Strategie: Stimmungsmache*, was Kampagnenjournalismus überhaupt ist und nimmt das Geflecht von Massenmedien und Politik unter die Lupe.

Der Autor beschreibt "Kampagnenjournalismus" als eine komplexe, massenmediale Kommunikationsstrategie und benennt seine Elemente und Vorgehensweisen. Er zeigt, wie die Bereitschaft zu einem solchen Journalismus im Selbstverständnis zumindest einiger Berufsträger verankert ist. Doch welche Folgen hat es für die politische Kultur, wenn diese Journalisten sich als politische Akteure verstehen?

Als Beispiel für seine Analyse dient dem Autor die Berichterstattung der Bild-Zeitung aus dem Jahr 2001 über die Straßenkämpfer-Vergangenheit der ehemaligen Bundesminister Joschka Fischer und Jürgen Trittin.

Für diese Arbeit erhielt Vasco Boenisch den „Best Thesis Award“ für herausragende Abschlussarbeiten des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig Maximilians-Universität München.

„Wer wissen will, wie Kampagnen gemacht werden, sollte dieses Buch als Betriebsanleitung benutzen. Wer wissen will, was getan werden muss, um guten Journalismus zu machen, sollte es studieren. Wer wissen will, wie kritisch es um einige Bereiche des Journalismus in diesem Land bestellt ist, kann sich durch die Lektüre dieses Buches ein eindrucksvolles „Bild“ davon machen.“ (Petra Dorsch-Jungsberger)

Vasco Boenisch

Strategie: Stimmungsmache.

Wie man Kampagnenjournalismus definiert, analysiert –
und wie ihn die BILD-Zeitung betreibt

2007, 376 S., 64 Abb., 2 Tab., Broschur, 213 x 142 mm

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-938258-45-3

Weitere Informationen, kostenlose Downloads sowie ein Formular für Rezensionbestellungen finden Sie unter www.presse.lookingintomedia.com

Für Fragen und Auskünfte steht Ihnen unsere Mitarbeiterin Katrin Mallener jederzeit gerne zur Verfügung: 0221/92 58 29-15, presse@halem-verlag.de

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG

Lindenstr. 19
50674 Köln
T: 0221 - 92 58 29-0
F: 0221 - 92 58 29-29

www.halem-verlag.de
presse@halem-verlag.de

Pressekontakt: Katrin Mallener

Pressekontakt: Katrin Mallener

Portrait

Als wissenschaftlicher Verlag haben wir uns zunächst auf die Bereiche Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Publizistik konzentriert. Diese Schwerpunkte haben wir mit den Bereichen Bildwissenschaft und Sportkommunikation erweitert. Weitere Themenbereiche sind z.B. Unterhaltungsforschung, Cultural Studies / Kulturwissenschaften und

Medienoekonomie. Wir hoffen, dass unsere Publikationen den wissenschaftlichen Diskurs innerhalb der Disziplinen und zwischen diesen immer wieder aufs Neue anregen.

News-ID: 158055 • Views: 132 (Stand: 03.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/158055/Journalistische-Feldzuege-oder-Ich-bild-dir-eine-Meinung.html>