



Katharina Lührmann

## Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation

# Literatur und Medien

<https://doi.org/10.5771/9783828872714-1>

Generiert durch IP '3.138.36.126', am 03.05.2024, 07:12:45.

Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.



# Literatur und Medien

Herausgegeben von  
Volker Wehdeking  
Gunter E. Grimm  
Rolf Parr

Band 9

## Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation

von

Katharina Lührmann

Tectum Verlag

<https://doi.org/10.5771/9783828872714-1>

Generiert durch IP '3.138.36.126', am 03.05.2024, 07:12:45.

Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

Katharina Lührmann

Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation  
Literatur und Medien; Band 9

E-Book: 978-3-8288-7271-4

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN  
978-3-8288-4324-0 im Tectum Verlag erschienen.)

ISSN: 1867-7479

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019

Umschlagabbildung: © # 182574547 von fotomek | stock.adobe.com

Besuchen Sie uns im Internet  
[www.tectum-verlag.de](http://www.tectum-verlag.de)

**Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind  
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

<https://doi.org/10.5771/9783828872714-1>

Generiert durch IP '3.138.36.126', am 03.05.2024, 07:12:45.

Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

## Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Eine neue Form des politischen Gesprächs.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Forschungsstand .....</b>	<b>13</b>
<b>3. Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte .....</b>	<b>25</b>
3.1 Geburtsstunde eines neuen Mediums .....	25
3.2 Bedingungen der Möglichkeit von Podcasting.....	29
3.3 The Second Age of Podcasting .....	32
<b>4. Politik-Podcasts in Deutschland – ein Überblick.....</b>	<b>37</b>
4.1 Institutionelle Podcasts.....	39
4.2 Private Podcasts.....	44
<b>5. Podcasting am Beispiel der <i>Lage der Nation</i>.....</b>	<b>49</b>
5.1 Medientechnologie.....	50
5.2 Sozialsystemische Institutionalisierung .....	55
5.3 Kommunikationsinstrument .....	60
5.4 Medienangebot.....	68
<b>6. Podcasts als Netzmedium am Beispiel der <i>Lagebilder</i> .....</b>	<b>71</b>
<b>7. Fazit: Podcasts als politisch-medialer Kommunikationsraum .....</b>	<b>75</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>83</b>



## Vorwort

Mit dem medialen Format der Politik-Podcasts nimmt die vorliegende Studie einen zumindest in Deutschland noch relativ jungen Gegenstand an der Schnittstelle von ›sozialem Medium‹ und ›politischer Kommunikation‹ und damit auch an derjenigen von Medien- und Politikwissenschaft in den Blick: Aufgezeigt wird, wie politische Inhalte im Medium Podcast präsentiert und verhandelt werden und wie dadurch politische Öffentlichkeit hergestellt wird. Argumentiert wird dabei auf Basis öffentlichkeitstheoretischer Vorüberlegungen, die Politik-Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation mit besonders niedrigen Einstiegshürden verstehen. Dieser Befund ist bereits das Ergebnis eines ersten, genetisch-historischen Zugriffs, der diejenigen Entwicklungen genau nachvollzieht, die zum heutigen Stand des Mediums Podcast und seiner Erforschung geführt haben. Dabei geht die Studie über die übliche akkumulierende Darstellung von Ansätzen, Fragestellungen und Ergebnissen weit hinaus, indem sie zunächst den strukturellen Wandel des Podcastings von den Anfängen bis heute nachvollzieht. Auf dieser Basis gelingt es dann, einen sehr instruktiven, nach Akteuren differenzierten und zudem systematisch angelegten Überblick zum Angebot an Politik-Podcasts in Deutschland zu entwickeln; gelegentliche Blicke auf Podcasts in den USA kontextualisieren die dabei gewonnenen Befunde vergleichend. Mit den konkreten empirischen Analysen zum Podcast »Lage der Nation – der Politik-Podcast aus Berlin« gewinnt die Studie dann noch einmal eine weitere Ebene der theoretisch angelegten Reflexion, nämlich diejenige zum medialen Status von Podcasts als eines komplexen, interaktiven und multimodalen Netzmediums.

Rolf Parr



