

## Summary

Thomas Linke/Daniela Pickl: Self-critical journalism in the media-jungle

During the last decade the media scene in Germany has been so widely diversified that it is often called a media-jungle. The media themselves, now, reacted to this tendency by more and more making their own scene to a subject matter. In this way, a new kind of journalism emerged: media-journalism. While university studies on this topic in general are still in the beginnings, at the faculty for Journalism II of the Catholic University of Eichstätt in the Winter semester 1998/99 two degree dissertations were written: one as an opinion poll and one as an analysis of content. In the opinion poll editors of all media sections in Germany were especially questioned concerning their self-understanding while the content analysis tried to find out about the quality of media-reporting in selected newspapers. Both researches concentrated on the question which conception of media-journalism is favoured in Germany. The answer was alike in both cases: Most frequently the integrational approach is chosen collecting all media themes on one page. On second place follows the crossection model: distributing media themes – either by purpose or due to financial and personal circumstances – all over the issue. In addition, in Germany at present a positive tendency is to be found: More and more newspapers install own media editors.

Christian Schicha: Media-Ethics Criteria based on Communication Ecology – Perception of political reporting „second hand“

This text sketches out normative criteria for communication ecology and considers mediaethical consequences. Due to the fact that the media are increasingly dominating everyday life and working sphere, interpersonal communication gives way to technologically mediated communication. The life of the individual is therefore increasingly marked by second hand experiences. The communication and media ecology approach explores both chances and risks of „mediated“ societies. Taking political reports on television as an example, this text examines to what extent political information programmes adequately inform the recipients about complex political contexts. It also questions whether the idealtypical postulate of

freedom of opinion is compatible with the structural conditions of an increasingly commercialized media landscape. Practicing mediaethical reflection, this text would increase the level of information available to recipients and motivate their participation in politics.

## Autorinnen und Autoren dieses Heftes

*Karl Grüner* ist Studienleiter am Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses e.V. (ifp) in München und dort zuständig für die Ausbildung der Volontäre der katholischen Presse sowie für Online-Kurse.

*Karsten Henning* ist Referent für audiovisuelle Medien in der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz in Bonn.

*Matthias Kopp* ist Leiter des Referats Presse/Verlagswesen in der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz in Bonn und Geschäftsführer des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises.

*Thomas Linke* hat in Eichstätt Journalistik studiert und arbeitet beim Bayerischen Rundfunk als Hörfunkjournalist.

*Birgit Mock* war bis 1999 Referentin für das von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderte Projekt „Vorsorgendes Wirtschaften - nachhaltiges Haushalten: FrauenAllianzen für ein zukunftsfähiges Deutschland“ beim Katholischen Deutschen Frauenbund in Köln.

*Daniela Pickl* ist Diplom-Journalistin und arbeitet z.Zt. als Pressereferentin an der Universität Eichstätt.

*Dr. Bernhard Pörksen* ist Lehrbeauftragter am Institut für Journalistik in Hamburg und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Greifswald.

*Dr. Christian Schicha* arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Politikwissenschaft an der Universität Dortmund und ist Dozent am Philosophischen Institut der Universität Düsseldorf. Neben seiner Funktion als Vorstandssprecher des Instituts für Kommunikationsökologie e.V. (IKÖ) mit Sitz in Duisburg ist er verantwortlicher Redakteur der „Zeitschrift für Kommunikationsökologie“.

*Dr. Joseph Weizenbaum*, Professor für Computerwissenschaften am MIT (Massachusetts Institute of Technology) in Cambridge/USA.

*Eva M. Welskop-Deffaa* war Grundsatzreferentin des Katholischen Deutschen Frauenbundes und leitete zuletzt die Bundesarbeitskonferenz des Verbandes. Seit Mai 1999 ist sie Referatsleiterin "Wirtschaft und Gesellschaft" beim Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK) in Bonn.

# Impressum

## Herausgeber

Prof. Dr. Franz-Josef Eilers svd, Divine Word Seminary, Tagaytay City 4120, Philippinen; Prof. Dr. Michael Schmolke, Universität Salzburg, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Rudolfskai 42, A-5020 Salzburg; Dr. hc. Karl R. Höller, Karl-Friedrich-Str. 76, D-52072 Aachen; Dr. Reinhold Jacobi, Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Kaiserstr. 163, D-53113 Bonn

## Redaktionsbeirat

Prof. Dr. Louis Bosshart (Universität Fribourg); Dr. Giso Deussen (Deutschlandradio); Prof. Dr. Joan Hemels (Universität Amsterdam); Prof. Dr. Walter Hömberg (Katholische Universität Eichstätt); Dr. Michael Krzeminski (Universität Siegen); Prof. Dr. Rolf Zerfaß (Universität Würzburg)

## Redaktion

Prof. Dr. Dr. Helmuth Rolfes; Wiss. Mitarb. Ludger Verst; Dipl.-Theol. Susanne Haverkamp M.A. (Literatur-Rundschau); Dr. Ferdinand Oertel (Berichte/Dokumentation/Chronik); Dipl.-Theol. Matthias Kopp (Berichte/Dokumentation/Chronik)

## Anschrift der Redaktion

Communicatio Socialis, Redaktion, Universität/Gesamthochschule Kassel, Fachgruppe Theologie, Diagonale 9, D-34127 Kassel

## Verlag und Anzeigenverwaltung

Matthias-Grünwald-Verlag GmbH, Max-Hufschmidt-Str. 4a, D-55130 Mainz, Tel.: 06131/92860 · Fax: 06131/928626 · E-mail: mail@gruenewaldverlag.de

## Bezugsbedingungen

Die Zeitschrift erscheint vierteljährlich. Einzelheft DM 20,- / SFr 20,- / ATS 146,-. Jahresabonnement DM 68,- / SFr 68,- / ATS 496,-. Studentenabonnement DM 54,- / SFr 54,- / ATS 394,-, jeweils zuzüglich Zustellgebühr. Bestellungen für Deutschland bitte an den Matthias-Grünwald-Verlag, Postfach 3080, 55020 Mainz. Für Österreich: Verlag Herder, Wollzeile 33, A-1010 Wien. Für die Schweiz: Herder AG Basel, Muttenerstr. 109, CH-4133 Pratteln 1. Das Abonnement gilt als um ein Jahr verlängert, wenn die Kündigung nicht bis 6 Wochen vor Jahresende erfolgt. Mit Namen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wieder. Unverlangte Manuskripte werden nur zurückgesandt, wenn Rückporto beiliegt. Nicht angeforderte Besprechungsstücke werden nicht zurückgesandt. Reproduktion nur mit Genehmigung von Redaktion und Verlag. Für eventuelle Nachdrucke stellt die Redaktion gern die Verbindung zu den Autoren her.