

Abstracts

Deutsch

Virtualität und Inszenierung. Themenschwerpunkt zum medienethischen Impulspapier der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz

Mit dem medienethischen Impulspapier „Virtualität und Inszenierung – Unterwegs in der digitalen Medienwelt“ reagiert die Deutsche Bischofskonferenz auf die Herausforderungen rasanter Wandlungsprozesse in Medien und Gesellschaft. In dem Papier fordern die Autoren eine Stärkung der Medienkompetenz, laden zu einem konstruktiven Dialog über die kritischen Fragen ein und möchten eine Grundlage liefern für eine intensive Bearbeitung medienethischer Probleme. *Communicatio Socialis* hat die Einladung zum Dialog und zur intensiven Auseinandersetzung aufgegriffen und Experten verschiedener Disziplinen um Stellungnahmen zu dem Impulspapier gebeten. Die Statements stammen von Kommunikationswissenschaftlern, Theologen, Juristen und Journalisten und beleuchten die Thesen, Argumente und Forderungen des Papiers aus der jeweiligen fachlichen Perspektive.

Jürgen Wilke: Finanz- und Wirtschaftskrisen in der deutschen Tagespresse. Ein historischer Rückblick

Als die jüngste Finanzkrise 2008 begann, blickten die Öffentlichkeit und die Medien in Deutschland achtzig Jahre zurück auf die Weltwirtschaftskrise am Ende der 1920er Jahre. Dies war eine wichtige Episode in der neueren Geschichte gewesen, weil die Krise damals die ökonomische Situation in Deutschland verschärfte und die Chance der politischen Rechtsextremisten förderte, an die Macht zu kommen. Der Beitrag beschreibt nicht nur, wie die deutsche Tagespresse den Ausbruch dieser Krise behandelt hat, sondern geht auch auf die früheren Finanz- und Wirtschaftskrisen 1857 und 1872/73 ein. Die

erste breitete sich 1857 von den USA nach Großbritannien und dann nach Deutschland aus. Die zweite entstand 1872/73 und wurde in Budapest und Wien ausgelöst. Die dritte folgte 1929 zunächst in New York und gelangte vollends 1931 nach Deutschland. Der Vergleich dieser drei Fälle erlaubt es, generelle Veränderungen in der Berichterstattung über Finanz- und Wirtschaftskrisen herauszuarbeiten: (1) Beschleunigung, (2) Extension und „Entspartung“, (3) Krisenwandel, (4) Journalistische Aufmachung und Agenda Setting, (5) Framing, (6) Rethematisierung und (7) Medien als Krisenverstärker, welche die ökonomische Situation verschärfen.

Christian Klenk: Zu verkaufen. Wie Weltbild zum Buchhandelsriesen wurde – und sich zugleich der Kirche entfremdete

Nachdem die in kirchlichem Besitz befindliche Verlagsgruppe Weltbild im Herbst 2011 wiederholt in die Schlagzeilen gekommen war, weil sich in ihrem Angebot neben unzähligen anderen Sparten auch erotische und esoterische Literatur befand, entschieden sich die deutschen Bischöfe zu einer schnellstmöglichen Trennung von der Verlagsgruppe. Der Autor des Aufsatzes beleuchtet die Hintergründe, die aktuelle Entwicklung und die Konsequenzen der Entscheidung der Bischöfe, die Verlagsgruppe umgehend zu verkaufen. Dabei zeichnet er ein facettenreiches Bild des Status Quo, beleuchtet die mediale Berichterstattung über Weltbild und die Entscheidung der Bischöfe und stellt verschiedene Standpunkte zur Bewertung der Situation gegenüber.

English

Virtuality and Staging. Focus on the approach-paper on ethical problems in media, published by the Publicistic Commission of the German Bishop Conference

By publishing the approach-paper „Virtuality and Staging – on the way through the world of digital media“ the German Bishop Conference reacted on the challenges of the fast changing processes in media and society. In their paper the authors require the strengthening of media-competence, they further invite to begin a constructive dialogue about critical questions, and they want to offer a foundation for an intensive work on ethical problems in media. *Communcatio Socialis*

took up this invitation to intensively discuss the subject matter and therefore, experts of varying disciplines have been asked to comment the approach-paper. Communication-Scientists, Theologians, Legal Experts, and Journalists illustrate their professional opinion in founded statements.

Jürgen Wilke: Financial Crises in the German Press. A Historical Retrospective

When the recent financial crisis began in 2008 the public and the media in Germany felt motivated to look eighty years back to the world economic crisis at the end of the 1920s. This had been an important episode in modern history because the crisis aggravated the economic situation in Germany and fostered the chance of the extremists from the right to come to power. The article describes not only how the German daily press covered this economic crisis but deals even with earlier crises in the 19th century. The first spread in 1857 from the United States to Great Britain and then to Germany. The next emerged in 1872/73 and was triggered in Budapest and Vienna. And the third began 1929 in New York and arrived in Germany particularly in 1931. The comparison of these three cases allows to describe some general changes in the crises' coverage: (1) Acceleration, (2) extension and unleashing from the newspapers' economy section, (3) changes in crises, (4) journalistic coverage and agenda setting, (5) framing, (6) remedialization and (7) media as intensifier of crises, eliciting reactions that worsen the situation.

Christian Klenk: For sale. How the publishing house Weltbild became a giant bookseller – and meanwhile estranged from the church

After the publishing house Weltbild, which is owned by several dioceses of the Catholic Church in Germany, was subject of media reporting because its offers included erotic and esoteric literature, the German Bishops decided immediate detachment. The author of the article examines the background, the recent development, and the consequences of the decision of the Bishops, to sell Weltbild as soon as possible. Hence, the author illustrates multifariously the status quo, the media reporting about Weltbild, and the Bishops' final decision. While doing this, the author discusses varying points of views and evaluations of the present situation.