

Summaries

Ralf Hohlfeld: From Informationjournalism to Pseudojournalism. Changing Patterns of Reporting

As journalism today is spreading out to new forms of entertainment and fiction, the author tries to draw a distinction between the present different forms. By producing media events of entertainment a basis is laid for pseudojournalism in large parts of the media system. According to an alchemistic formula, reporting on entertainment with the character of events becomes a piggypackjournalism which from the viewpoint of norms cannot be regarded as belonging to the classical concepts of journalism. Instead it is just an appendix of a pseudoevent. The new phenomenon in this pattern of self-referencial reporting is the fact that it becomes part of a strategic marketing concepnpt. Especially in television this new development gives a hint to the future of an integrative programme planning. In contrast to the patterns of reporting which after World War II completed actual informationjournalism, this present pseudojournalism does not improve and broaden the media quality. On the contrary: It tries to gain the power to define the reality produced by the media themselves. In this respect, the pattern of pseudojournalism differs clearly from classical and alternative patterns of journalism: not as a complement but a substitute.

Johannes Ehrat SJ: God in the Web: Chat on Faith?

One of the most interesting communication phenomena in the internet are chat rooms, and the like. This is not comparable to face-to-face communication, as psychological approaches to communication imply. An approach based on meaning as identity constitution and reality construction gives a better idea of the communicative potential of the internet. Chat rooms with their total virtualisation of reality and totally imaginary constitution and interplay of behavioural roles offer a unique platform for communicating faith. Witnessing not past faith experiences, but potential faith experimentation, is a meaning process which is found analogically in parables. For the Church this form of communication is quite unlike the treatment of prominent Church roles in the mass media. The construction of roles is so much freer in the internet, that there is little ground for polemical counter-roles or conflictual narrative programmes.

Autorinnen und Autoren dieses Heftes

Pater Johannes Ehrat SJ ist Professor für Kommunikationswissenschaften und Semiotik an der Päpstlichen Universität Gregoriana in Rom.

Dipl.-Journ. Michael Harnischmacher ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Dr.theol.habil. Gerhard Hartmann ist Geschäftsführer des Lahnverlages und der Verlagsgemeinschaft Topos plus (beide in Kvelaer) sowie Vorstandsmitglied der Verlagsgruppe Engagement. Er war vor 1999 für den Verlag Styria tätig.

Dr. Victor Henle ist Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt in Erfurt und Mitglied der Kommission für Jugendmedienschutz.

Priv.-Doz. Dr. Ralf Hohfeld ist Wissenschaftlicher Oberassistent am Lehrstuhl für Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Prof. Dr. Walter Hömberg ist Ordinarius für Journalistik an der Katholischen Hochschule Eichstätt-Ingolstadt und lehrt als Gastprofessor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Matthias Kopp ist Leiter des Bereichs Kommunikation und Pressesprecher für den Weltjugendtag 2005 in Köln.

Dagmar Reim ist Gründungsintendantin des neuen Rundfunks Berlin-Brandenburg RBB.

Prof. Michael Rutz ist Chefredakteur des „Rheinischen Merkur“ in Bonn

Impressum

Herausgeber

Univ.-Prof. Dr. Walter Hömberg, Lehrstuhl für Journalistik 1, Katholische Universität Eichstätt, Ostenstraße 26, D-85072 Eichstätt; Matthias Kopp, Burtscheider Straße 13, D-50933 Köln; Univ.-Prof. em. Dr. Michael Schmolke, Ainringweg 13, A-5020 Salzburg.

Redaktion

Dr. Ferdinand Oertel, Sperberweg 30, D-52076 Aachen; Telefon: 02408/98737, Fax: 02408-98752, E-Mail: ferd.oertel@web.de

Verlag und Anzeigenverwaltung

Matthias-Grünwald-Verlag GmbH, Max-Hufschmidt-Straße 4a, D-55130 Mainz; Telefon: 06131/92860, Fax: 06131/928626, E-Mail: mail@gruenewald-verlag.de, Internet: www.gruenewaldverlag.de

Bezugsbedingungen

Die Zeitschrift erscheint vierteljährlich. Einzelheft 10,75 Euro / CHF 19,00. Jahresabonnement 36,50 Euro / CHF 61,50. Studentenabonnement 29,00 Euro / CHF 49,60, jeweils zuzüglich Zustellgebühr. Bestellungen für Deutschland bitte an den Matthias-Grünwald-Verlag, Postfach 3080, D-55020 Mainz; für Österreich: Verlag Herder, Wollzeile 33, A-1010 Wien; für die Schweiz: Herder AG Basel, Muttenerstraße 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 eventuell geplante Nachdrucke stellt die Redaktion gern die Verbindung zu den Autoren her.