Inhalt

Vorwort .......................................................... VII

Das Geschäftsmodell der ‚Lügenpresse‘
Beobachtungen zur Lage des Journalismus – eine Einführung ....................... 1
Quellen/Anmerkungen ............................................. 23

I Die Funktion des Journalismus ........................................ 29
1 Wie Massenmedien heute arbeiten und was sie damit anrichten ........ 29
2 Wie die Pressefreiheit durch ‚Marktmechanismen‘ bedroht wird ...... 46
3 Wie der Versuch irritiert, ein ‚I‘ für ein ‚U‘ vorzumachen .......... 59
Quellen/Anmerkungen ................................................. 70

II Die Technologie und die Ökonomie ....................................... 77
1 Wie Journalismus (und Journalismus-Forschung) auf die Technik kamen ....................................................... 77
2 Wie eine Agentur zeigte, was ohne Massenmedien möglich ist .... 90
3 Wie Technik die ‚Selbstbeobachtung der Gesellschaft‘ wandelt .... 100
Quellen/Anmerkungen .................................................. 111

III Die politische Kommunikation ........................................... 119
1 Wie in der ‚Mediengesellschaft‘ die Karten neu gemischt werden ... 119
2 Wie ein Kanzlerkandidat den Wahlkampf ‚amerikanisierte‘ ........ 139
3 Wie ‚Elite-Journalisten‘ kungeln und aus der Rolle fallen .......... 153
Quellen/Anmerkungen .................................................. 164
IV Die Medienethik und die Medienkritik ........................................ 171
  1 Wie bei der Medienmoral Verantwortung auf Wirklichkeit trifft .... 171
  2 Wie es ist, wenn Journalisten ‘mittendrin statt nur dabei’ sind .... 188
  3 Wie Medien- und Journalismusschelte missbraucht werden ....... 202
    Quellen/Anmerkungen ....................................................... 216

V Die Qualität der Berichterstattung ........................................... 225
  1 Wie ‚Medienkriege‘ den Journalismus vorführen ..................... 225
  2 Wie Journalisten ihren Beruf und seine Methoden (nicht) lernen ... 239
  3 Wie die Chancen für andere Arten von Berichterstattung stehen .... 248
    Quellen/Anmerkungen ....................................................... 261

Was soll nun aus dem Journalismus werden?
Medien im Zeitalter ‚toxischer Rhetorik‘ – eine Ausführung ............ 267
Quellen/Anmerkungen ........................................................... 284
Medienkrise und Medienkrieg
Brauchen wir überhaupt noch Journalismus?
Weischenberg, S.
2018, VIII, 286 S., Softcover
ISBN: 978-3-658-17797-3