Inhalt

Dieter Roß
Zum Geleit: Ein Blick zurück.
Der Wandel der Medienpublizistik 9

Michael Beuthner/Stephan Alexander Weichert
Zur Einführung: *Internal Affairs* – oder:
die Kunst und die Fallen medialer Selbstbeobachtung 13

Aufgaben

Maja Malik
Stars, Skandale, Sensationen – und immer an den Leser denken.
Entscheidungskriterien und Thematisierungsstrategien
des Medienjournalismus 45

Monika Lungmus
Zu viel Durchblick stört: Das Dilemma des Medienressorts 63

Michael Beuthner
Der „Über-Journalist" – Versuch einer Konturierung
medienjournalistischer Kompetenzbereiche und Berichterstattungsfelder 75

Hans-Peter Siebenhaar/Matthew Karnitschnig
Monopoly statt Medientheater.
Der Journalismus über Medien übersieht das Primat der Ökonomie 93

Kerstin Engels
Zwischen Ökonomisierung und Kollegenorientierung: Zur organisatorischen
und beruflichen Institutionalisierung des Medienjournalismus 99

Alexander von Streit
Nur für Insider: Selbstkritik unter Ausschluss der Öffentlichkeit 119

Joan Bleicher
Grenzgänge zwischen Kritik und Humor. Fernsehkritik im Fernsehen 127

Frank Johannsen
Unerhört? Medienjournalismus im Radio 147

Thomas Leif
Gesteuerte Exklusivität –
Medienjournalismus und das Spannungsverhältnis von Politik und Medien ... 157

Analysen

Steffen Burkhardt
„Wir stürzen ab." Mediale Selbstbespiegelung
zwischen Integrität und Indiskretion am Beispiel Michel Friedman 173

Ralf Hohlfeld
Pressefreiheit vs. Privatsphäre.
Eine Studie zur Kritik journalistischen Fehlverhaltens 189

Steffen Grimberg
Das Gebührenduell 209

Burkhard Nagel/Volker Präkelt
Von *Canale Grande* bis *Zapp*. Ein Vergleich von Medienmagazinen
im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen 219

Corinna Busch-Herbst
There is no Business like Media Business. Die *Harald Schmidt Show* –
Gegenstand und Initiator von Medienjournalismus 237

Marcus S. Kleiner/Jörg-Uwe Nieland
Information und Kritik. Anspruch und Realität des Medienjournalismus
am Beispiel der *taz*-Medienseite *flimmern und rauschen* 243

Nadine Sophie Blömer
Die Synergie AG. Das Zusammenspiel von Medienberichterstattung,
Marketing und PR am Beispiel *DSDS* 261

Thomas Schuler
Planet B. Ein Blick auf Unabhängigkeit und Transparenz im Bertelsmann-Universum 277

Ausblicke

Peter Littger
Der Selbstzerstörungsjournalismus *oder:*
Wie die nicht-autonome Medienbeobachtung zur autonomen Korrekturinstanz werden kann 291

Peer Schader
Vorsicht, Nestbeschmutzer! Medienkritik in der Pressekrise 305

Christian Meier
Wenn sich der Dienstmann krank meldet –
Zur Zukunft der Medien-Branchendienste 319

Susanne Fengler
Vorbildliche Medienkritik – oder ‚media gossip'?
Medienjournalismus in den USA 329

Andrea Höhne/Stephan Ruß-Mohl
Medienjournalismus als Korrektiv der Kriegsberichterstattung? 337

Stephan Alexander Weichert
Die Selbstüberbietungsspirale.
Probleme und Perspektiven journalistischer Krisenberichterstattung 345

Dirk Leuffen/Stephan Alexander Weichert
Wider den Fluch der Flüchtigkeit.
Plädoyer für ein audiovisuelles Medienarchiv 365

Knut Hickethier
Braucht Kritik Wissenschaft? 391

„Medienjournalisten: Watchdogs oder Schoßhündchen?"
Ein Gespräch über Macht und Machtlosigkeit medialer Selbstkontrolle
(Transkription und redaktionelle Bearbeitung: *Sandra Hofmann*) 405

Günter Kress
Können Medien sich selbst beobachten?
Ein persönliches Nachwort 419

Zu den Herausgebern und Autoren 423