

Wie entsteht Öffentlichkeit im Zusammenwirken publizistischer Akteure?

Welchen Veränderungen unterlag die Informationsverarbeitung in Redaktionen und Nachrichtenagenturen innerhalb des letzten Jahrzehnts? Welche Auswirkungen haben diese Veränderungen auf die Qualität journalistischer Produkte und auf die Rezipienten? Welche Informationsmacht hat die Öffentlichkeitsarbeit? Diesen und anderen Fragen geht der vorliegende Band nach und versucht, Antworten zu geben.

Im Mittelpunkt stehen dabei Diskussionsbeiträge und Forschungsergebnisse zum Kommunikatorbereich: zur journalistischen Informationsverarbeitung sowie der Interaktion zwischen Journalismus und Public Relations. Darüber hinaus werden auch Veränderungen medialer Inhalte und die ethischen Anforderungen an sie, Veränderungen traditioneller Rezeptionsweisen des Publikums und die Kommunikation im lokalen Raum diskutiert.