

# Inhalt

## Vorwort — VII

- 1 Einleitung: Menschliche Kommunikation ist soziale Interaktion — 1**
- 2 Max Weber – Ein Klassiker der Pressesoziologie — 13**
  - 2.1 Max Weber: Denkmotive für eine Kommunikationssoziologie — 23
    - 2.1.1 Denkmotive: Presse, Journalismus und Ethik — 25
    - 2.1.2 Denkmotiv: Presse und Publikum — 32
    - 2.1.3 Verstehende Soziologie als Metazugang zur Kommunikationssoziologie — 34
    - 2.1.4 Denkmotiv: Soziales Handeln — 35
    - 2.1.5 Denkmotiv: Verständigung (Sprache) — 39
    - 2.1.6 Denkmotiv Kultur: Maximen des Handelns und kulturelle Regeln — 42
  - 2.2 Anwendung: Mediennutzungsforschung — 46
- 3 Ferdinand Tönnies – Ein Klassiker der Öffentlichkeitssoziologie — 51**
  - 3.1 Die „Kritik der öffentlichen Meinung“ (1922) in der Rezeption — 54
  - 3.2 Ferdinand Tönnies: Denkmotive für eine Kommunikationssoziologie — 63
    - 3.2.1 Denkmotiv: Menschen in Gemeinschaft und Gesellschaft — 64
    - 3.2.2 Denkmotiv: Sprache und Verständigung — 70
    - 3.2.3 Denkmotive: Öffentlichkeit und öffentliche Meinung — 75
    - 3.2.4 Denkmotive: Presse, Journalismus und Ethik — 82
    - 3.2.5 Denkmotiv: Presse und Publika — 88
    - 3.2.6 Denkmotiv: Politische Kommunikation in der Demokratie — 91
  - 3.3 Anwendung: Theorie und Empirie von Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung — 94
- 4 Ern(e)st Manheim – Ein Klassiker für die Mediatisierungsforschung — 101**
  - 4.1 Manheim als Schüler von Tönnies und Vorläufer von Habermas — 102
  - 4.2 Ernest Manheim – Denkmotive für eine Kommunikationssoziologie — 106
    - 4.2.1 Denkmotiv: Kommunikativer und gesellschaftlicher Wandel (Mediatisierung) — 106
    - 4.2.2 Denkmotiv: Sprache und Vernunft (kommunikatives Handeln) — 117

- 4.2.3 Denkmotiv: Kommunikation als Modus der Transformation von Einstellungen und Meinungen — **120**
- 4.2.4 Denkmotiv: Typologie der Öffentlichkeit – plural, qualitativ, transzendental? — **125**
- 4.3 Anwendung: Öffentlichkeit in der späten DDR — **132**
- 4.3.1 Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit in der DDR — **133**
- 4.3.2 Öffentlichkeit als regulative Idee — **144**
  
- 5 Jürgen Habermas – Öffentlichkeit und Kommunikatives Handeln — 149**
- 5.1 Rezeptionen und Problematisierungen des Werkes — **150**
- 5.2 Jürgen Habermas: Denkmotive für eine Kommunikationssoziologie — **161**
- 5.2.1 Denkmotiv: Geschichte der Öffentlichkeit — **161**
- 5.2.2 Denkmotiv: Theorie der Öffentlichkeit und verständigungsorientiertes Handeln — **169**
- 5.2.3 Denkmotiv: Ethik des Diskurses — **178**
- 5.3 Anwendung: Kommunikationsethik unter neuen Medienbedingungen — **184**
- 5.3.1 Ethik der Online-Kommunikation — **185**
  
- 6 Thomas Luckmann – Sozialkonstruktivismus und Kommunikation — 195**
- 6.1 Kommunikationswissenschaftliche Rezeptionen von Luckmanns Werk — **196**
- 6.2 Luckmanns Bezug auf Husserl und Schütz — **198**
- 6.3 Thomas Luckmann – Denkmotive für eine Kommunikationssoziologie — **206**
- 6.3.1 Denkmotiv: Die soziale Konstruktion der Wirklichkeit — **207**
- 6.3.2 Denkmotiv: (Lebens-)Erfahrung als sozialer Sinn (Transzendenz) — **210**
- 6.3.3 Denkmotiv: Menschen als sprechend handelnde Wesen — **214**
- 6.3.4 Denkmotiv: Die kommunikative Konstruktion der Wirklichkeit — **218**
- 6.4 Anwendung: Die Erforschung kommunikativer Gattungen (Moral) — **223**
- 6.4.1 Sozialkonstruktivistische Moralforschung — **226**
  
- 7 Der Metaprozess Mediatisierung – historische Dimensionen — 231**
- 7.1 „Mediatisierung“ und/oder „Medialisierung“? — **232**
- 7.2 Mediatisierung als Metaprozess im Jahrhundert der Presse — **237**

**Schlusswort — 245**

**Bibliografie — 251**

**Sachregister — 281**