

Inhalt

Vorwort.....	9
Erster Teil: Gegenwärtige Journalistikbemühungen	13
1 Vorwissenschaftliches Expertenwissen	14
2 Erkenntnishindernisse einer Journalistiktheorie.....	21
2.1 Subjekttheorien.....	22
2.2 Medientheorien.....	25
3 Kommunizieren und Publizieren – historische Leitkonzepte.....	34
4 Diskurse über Journalismus, Gesellschaft und Staat.....	39
5 Ist die „empirische Kommunikationsforschung“ journalistiktauglich?	48
6 Journalistik als Wissenschaft konstituieren	53
Zweiter Teil: Wege zu einer Theorie der Journalistik.....	59
1 Aristoteles: Agora-Kommunikation in Polis-Strukturen.....	62
2 Klosterkommunikation: Organisiertes Beten, Arbeiten, Schweigen, Schreiben, Lesen	66
3 Nürnberg: Kommunizieren und Publizieren in der Reichsstadt um 1500	72
4 Théophraste Renaudot: Persuasion, Manipulation und organisiertes Helfen.....	84
5 August Ludwig Schlözer – Joachim von Schwarzkopf: Zur Produktion und Rezeption aufklärender Zeitungen	90

6	Georg Wilhelm Friedrich Hegel: Redaktions- und Verlagsmanager einer „staatsdienstlichen“ Tageszeitung	101
7	Robert Eduard Prutz: Journalismus und Demokratie – zwei Seiten eines Entwicklungsprodukts	108
8	Albert Schäffle – Karl Bücher: Journalismus in der Verfassungsgesellschaft	114
9	Robert Ezra Park: Recherchieren im Soziallabor Chicago	133

Dritter Teil: Schlüsseltheorien einer kommunikationswissenschaftlichen Journalistik..... 143

1	System/Mitwelt-Erkenntnistheorie	146
2	Funktional-vergleichende Methodentheorie	151
3	Kommunikationssysteme	157
3.1	Begriffs- und Theoriegeschichte	159
3.2	Kommunikationssysteme und die Habermas/Luhmann-Kontroverse	163
3.3	Kommunikationskulturen	172
3.4	Kommunikationsfreiheit.....	177
4	Öffentlichkeiten	183
5	Organisationssemantik	194
5.1	Organisation als Organismus und Mechanismus.....	195
5.2	Organisation als autopoietisches System.....	198
5.3	Organisationskommunikation.....	202
5.4	Organisatorisches Entscheiden.....	205
6	Marktsemantik	207
6.1	Politisch-ökonomische Märkte	208
6.2	Sozialökonomische Märkte	210
6.3	Informationsökonomische Märkte.....	212
6.4	Medienökonomische Märkte	214
6.5	Märkte der Journalismen	216
7	Arbeit – Beruf – Profession – Professionalisierung	220
8	Selbstbeschreibung der Journalistik.....	225

Literatur	231
Stichwortregister	263