

Inhalt

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN UND TABELLEN	11
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	13
VORWORT	15

TEIL I – EINFÜHRUNG UND BEGRIFFSKLÄRUNG

1. Zum Gegenstandsbereich des Fachs	17
2. Theorie und Empirie	21
3. Kommunikation	26
1. Kommunikation und Interaktion	26
2. Verbale Kommunikation	30
1. Funktionen und Dimensionen	30
2. Äsopische Kommunikation	32
3. Zur Problematik der interkulturellen Kommunikation: Die These der linguistischen Relativität	35
3. Nonverbale Kommunikation	37
4. Modelle interpersonalen Kommunikation	41
4. Massenkommunikation	47
1. Masse und Massengesellschaft	47
2. Der Begriff der Massenkommunikation	49
3. Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation	51
4. Modelle der Massenkommunikation	53
5. Multimedia/Neue Medien	56

TEIL II – MASSENMEDIENTEN UND GESELLSCHAFT

1. Publizistikwissenschaft und Gesellschaft	61
2. Grundzüge der Systemtheorie	66
1. Struktur-funktionale Analyse	66
2. Funktionen der Massenmedien	71
3. Kommerzielle Massenmedien und Systemstabilität: Das Modell von De Fleur und die Manipulationstheoretiker der Frankfurter Schule	76
4. Funktional-strukturelle Analyse (Äquivalenzfunktionalismus)	81
3. Medien und Politik	84
1. Ansätze zum Verhältnis von Medien und Politik	84
2. Politikverdrossenheit/Videomalaise	91
3. Politik und Internet	97
4. Massenmedien und sozialer Wandel	104
1. Theoretischer Hintergrund	104
2. Massenmedien und sozialer Wandel in Entwicklungsländern	110

TEIL III – JOURNALISMUS

1. Journalisten und ihr Berufsfeld	129
1. Definition von Journalismus	129
2. Anzahl und Soziodemographie der Journalisten in Deutschland	131
3. Journalismus und Neue Medien	134
2. Historische Aspekte	137
1. Kurze Geschichte des Journalismus: Von den Anfängen bis zum Hauptberuf	137
2. Kurze Geschichte der Pressefreiheit	142
3. Zum Sozialprestige der Journalisten	149
4. Journalismus als Profession	152

5.	Einflussfaktoren im Journalismus	159
1.	Systematik	159
2.	Einflüsse der Subjekt-Sphäre: Konzepte der Berufsrolle	162
3.	Einflüsse der Institutions-Sphäre: Soziale Kontrolle in Redaktionen	175
4.	Einflüsse der Professions- und der Gesellschafts-Sphäre	184
1.	Einflüsse aus Wirtschaft und Politik	184
2.	Journalismus und Public Relations	187
6.	Zur Berufsethik des Journalismus	198
1.	Begriffsklärung und Grundlagen der Ethikdiskussion	198
2.	Journalistische Ethik in der Forschung	200
3.	Die internationale Ethikdiskussion	203
4.	Ethikkodizes und Selbstkontrolle	206
5.	Empirische Studien zur Medienethik	212
1.	Journalistische Ethik und Recherchemethoden	212
2.	Gesinnungs- versus Verantwortungsethik	215
6.	Journalistisches Fehlverhalten: Fallbeispiele	220
7.	Das Entscheidungsdilemma der Journalisten und Konsequenzen für die Berichterstattung	229

TEIL IV – NACHRICHTENAUSWAHL

1.	Die Gatekeeper-Forschung	241
2.	Die Nachrichtenwert-Theorie	245
1.	Grundlagen und Methoden	245
2.	Gültigkeitsbedingungen der Nachrichtenfaktoren	254
3.	Modelle der Nachrichtenauswahl	261
3.	Die News-Bias-Forschung	266
4.	Das Framing-Konzept	271
5.	Das Objektivitätsproblem	276

TEIL V – WIRKUNGSFORSCHUNG

1. Der Wirkungsbegriff	285
2. Die Entwicklung der Wirkungsforschung	287
3. Klassische Befunde der Persuasionsforschung:	
Die Yale-Studies	294
1. Eigenschaften des Kommunikators	295
2. Eigenschaften der Botschaft	299
3. Eigenschaften des Rezipienten	306
4. Sozialer Kontext	308
4. Selektive Wahrnehmung und Informationsverarbeitung	308
1. Konsistenztheorien	308
2. Selektivität bei der Mediennutzung	312
3. Weitere Ansätze zur Erklärung von Selektionsvorgängen	317
5. Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation	322
1. Das Zwei-Stufen-Fluss-Modell und das Meinungsführer-	
konzept	322
2. Weiterentwicklung des Zwei-Stufen-Fluss-Modells	325
3. Diffusion von Innovationen	331
4. Netzwerkanalyse	336
6. Die Nutzung der Massenmedien	343
1. Der Uses-and-Gratifications Approach	343
2. Der dynamisch-transaktionale Ansatz	351
7. Agenda-Setting	355
1. Der Ansatz und seine Überprüfung	355
2. Intervenierende Variablen	359
3. Bezüge zur Schematheorie	365
4. Verschiedene Arten von Agenda	367
5. Second-Level Agenda-Setting: Framing und Priming	370
6. Möglichkeiten und Grenzen des Ansatzes	371
8. Die Theorie der Schweigespirale	374
1. Der Ansatz	374
2. Diskussion	379

9.	Die Wissenskluft-Forschung	384
1.	Die Ursprungshypothese	384
2.	Weiterentwicklungen des Ansatzes und intervenierende Variablen	387
3.	Wissenskluft-Forschung und Neue Medien	395
10.	Die Kultivierungshypothese	398
1.	Theoretische Grundlagen	398
2.	Empirische Untersuchungen	399
3.	Resonance und Mainstreaming	401
4.	Diskussion	403
11.	Die Wirkung von Gewaltdarstellungen	409
1.	Zum Forschungsstand	409
2.	Wirkungsthesen	410
3.	Der Violence Chip	419

TEIL VI – INTERNATIONALE KOMMUNIKATION

1.	Die Kulturimperialismus- und Globalisierungsdiskussion	421
2.	Die Diskussion um eine Neue Weltinformationsordnung	425
3.	Empirische Studien zum internationalen Nachrichtenfluss	428
4.	Internationale Medienkonzerne	434
1.	Die Entstehung von Mediengiganten	434
2.	Das Beispiel Rupert Murdoch und die News Corp.	439
1.	Globalisierung	439
2.	Inhalte	442
3.	Vertikale Unternehmensstrategie	443
4.	Nähe zur Politik	443
5.	Internationale Agentur-Netzwerke im Werbe-, Public Relations- und Marketingbereich	447
1.	Entstehung und Bedeutung	447
2.	Das Beispiel WPP (Wire and Plastic Products)	450

LITERATUR	454
-----------------	-----

PERSONENINDEX	535
---------------------	-----

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

TEIL I

Abbildung 1:	Das Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver	42
Abbildung 2:	Das Kommunikationsmodell von Osgood	44
Abbildung 3:	Modell der interpersonalen Kommunikation	45
Abbildung 4:	Das Modell der Massenkommunikation von Riley und Riley	53
Abbildung 5:	Das Feldschema der Massenkommunikation von Maletzke	54
Abbildung 6:	Das „Modell elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation“ von Burkart und Hömberg	55

TEIL II

Abbildung 1:	Struktur-funktionales Systemmodell	71
Abbildung 2:	Massenmedien als soziales System: Vereinfachte Darstellung des Modells von De Fleur	78
Abbildung 3:	Die Entwicklung von Politikverdrossenheit nach Kepplinger	96
Abbildung 4:	Vier Typen der Beziehung zwischen Kultur und Gesellschaft	106
Abbildung 5:	Die Logik der Entwicklungspolitik	111
Abbildung 6:	Charakteristika des oralen und des medialen Kommunikationssystems	115
Abbildung 7:	Wandel im sozioökonomischen, politischen und kulturellen Bereich beim Übergang vom oralen zum medialen Kommunikationssystem	115
Abbildung 8:	Zwei Varianten des Entwicklungsprozesses nach Lerner	116
Abbildung 9:	Die Herausbildung einer revolutionären Situation	120
Abbildung 10:	Feudale Zentrum-Peripherie-Struktur nach Galtung ...	124
Abbildung 11:	Fünf Typen von Imperialismus nach Galtung	125
Abbildung 12:	Die Struktur des Imperialismus nach Galtung	126

TEIL III

Abbildung 1:	Einflussfaktoren im Journalismus	161
Abbildung 2:	Das Intereffikationsmodell	197
Tabelle 1:	Das Berufsrollenverständnis deutscher Journalisten	172
Tabelle 2:	Die Akzeptanz ethisch fragwürdiger Recherchemethoden im internationalen Vergleich	214

Abbildung 1:	Das Modell der genuinen Selektion	261
Abbildung 2:	Das Modell der Instrumentellen Inszenierung	262
Abbildung 3:	Das Modell der Instrumentellen Aktualisierung	263
Abbildung 4:	Integriertes Modell	265

TEIL V

Abbildung 1:	Das Stimulus-Response-Modell	287
Abbildung 2:	Das Stimulus-Organismus-Response-Modell	290
Abbildung 3:	Hauptfaktoren des Wirkungsprozesses nach Hovland u.a.	295
Abbildung 4:	„Sleeper-Effekt“ und „Forgetting“-Effekt	298
Abbildung 5:	Zustände von kognitivem Gleichgewicht und Ungleichgewicht	310
Abbildung 6:	Das Modell des Zwei-Stufen-Flusses der Massenkommunikation	323
Abbildung 7:	Modifiziertes Modell des Zwei-Stufen-Flusses der Kommunikation nach Renckstorf	326
Abbildung 8:	Opinion Sharing	329
Abbildung 9:	Der Innovations-Entscheidungsprozess nach Rogers ...	333
Abbildung 10:	Kategorisierung von Übernehmern einer Innovation auf Grundlage der relativen Adoptionszeit nach Rogers	334
Abbildung 11:	Kumulative Adoptionskurve mit Wendepunkten erster und zweiter Ordnung	340
Abbildung 12:	Klassische Diffusionsstudien und Netzwerk-Modelle ...	341
Abbildung 13:	Das Erwartungs-Bewertungs-Modell gesuchter und erhaltener Gratifikationen nach Palmgreen	348
Abbildung 14:	Integriertes Gratifikationsmodell der Mediennutzung nach Palmgreen	349
Abbildung 15:	Das dynamisch-transaktionale Modell	353
Abbildung 16:	Die Logik Zeitversetzter Kreuzkorrelationen	357
Abbildung 17:	Media Agenda, Policy Agenda und Public Agenda: Entstehungsprozesse und Zusammenhänge	369
Abbildung 18:	Modell des Beobachtungslernens	416
Tabelle 1:	Die Wirkungen ein- und zweiseitiger Argumentation in Abhängigkeit von Bildung und Ausgangsmeinung	300
Tabelle 2:	Der Einfluss persuasiver Botschaften auf die Wirkung von Folgebotschaften	301
Tabelle 3:	Der Einfluss ein- und zweiseitiger Argumentation auf die Wirkung von Gegenpropaganda	302

TEIL VI

Tabelle 1:	Zusammenschlüsse großer Medienunternehmen	436
------------	---	-----