

# Inhalt

Einleitung . . . . .	11
<b>I Journalismus und Medium . . . . .</b>	<b>19</b>
1 Die mediale Kommunikationsgattung Journalismus . . . .	20
1.1 Zum Begriff »Journalismus« . . . . .	20
1.2 Zum Begriff »mediale Kommunikationsgattung« . . . .	22
1.3 Zur Konstitution des Gegenstands »Journalismus« . . . .	23
2 Die Zeitung als Paradigma des Journalismus . . . . .	38
2.1 Ausdifferenzierung der Medien und Kommunikationsgattungen. . . . .	38
2.2 Historische Bedeutung der Zeitung für den Journalismus . . . . .	40
2.3 Journalismus als das Medienangebot der Zeitung . . . .	42
2.4 Journalismus als aktuelle Medienkommunikation . . . .	44
2.5 Fernsehjournalismus als Problemfall dieses Paradigmas. . . . .	47
3 Journalismus im System der medialen Kommunikationsgattungen. . . . .	49
3.1 Das System der Kommunikationsgattungen. . . . .	49
3.2 Differenzierende Merkmale des Journalismus. . . . .	53
3.3 Grenzen des Journalismus und seine Entgrenzung . . . .	69
4 Medienkommunikation . . . . .	73
4.1 Medienkommunikation und Medium . . . . .	73
4.2 Medientransformation und Medientransfer . . . . .	77
4.3 Medienkommunikation und Massenkommunikation . . . . .	78
4.4 Merkmale der Medienkommunikation. . . . .	82

<b>II Kommunikation und Zeichen</b> .....	97
1 Kommunikatives Handeln .....	99
1.1 Neue Paradigmen und veränderte theoretische Konzepte .....	99
1.2 Kommunikation und Handeln .....	100
1.3 Kommunikationsinstrumente .....	104
2 Zeichentheorie .....	111
2.1 Grundlegende Begriffe der Semiotik .....	111
2.2 Das integrative Zeichenmodell von Rudi Keller .....	117
3 Sprechakttheorie: Elementare kommunikative Handlungen .....	142
3.1 Kommunikatives Handeln mit sprachlichen Zeichen .	143
3.2 Das Drei-Ebenen-Modell des sprachlichen Handelns .....	147
3.3 Grundlegende Annahmen und Begriffe .....	153
3.4 Illokutionäre Handlungen .....	162
4 Elementare kommunikative Handlungen mit ikonischen Zeichen .....	175
4.1 Theorien des kommunikativen Handelns mit ikonischen Zeichen .....	176
4.2 Zur Äußerung und Wahrnehmung ikonischer Zeichen .....	186
4.3 Propositionale Handlungen mit ikonischen Zeichen .	191
4.4 Illokutionäre Handlungen mit ikonischen Zeichen ..	194
4.5 Perlokutionäre Handlungen mit ikonischen Zeichen: Wirkungen und Wirkungsabsichten .....	200

5 Die Kooperation von Sprecher und Hörer . . . . .	208
5.1 Das Gespräch . . . . .	208
5.2 Das Kooperationsprinzip von Herbert P. Grice . . . . .	215
5.3 Verträge zwischen Sprecher und Hörer . . . . .	219
6 Der Systemcharakter von Kommunikation . . . . .	223
6.1 Komplexe Systeme . . . . .	223
6.2 Die Performanz der Zeichen . . . . .	225
6.3 Das Thema und die Reflexivität der Sprache . . . . .	227
6.4 Authentizität und Fiktionalität . . . . .	233
7 Kommunikation ohne Zeichen? . . . . .	240
<b>III Transformationen der Face-to-Face-Kommunikation . . . . .</b>	<b>247</b>
1 Die Modifikationen der Face-to-Face-Kommunikation . . . . .	249
1.1 Die Substitution körperabhängiger durch körperunabhängige Zeichen . . . . .	249
1.2 Kollektive Kommunikationssituationen . . . . .	252
1.3 Struktureller Zusammenhang der beiden Modifikationen . . . . .	256
1.4 Kommunikation und soziale Gemeinschaft . . . . .	260
2 Transformationen der physikalischen Aspekte des kommunikativen Handelns . . . . .	270
2.1 Die Medien . . . . .	271
2.2 Kommunikationsräume . . . . .	288
2.3 Das Dispositiv . . . . .	302

3	Das komplexe Kommunikationsinstrument Text . . . . .	305
3.1	Der Text. . . . .	307
3.2	Textgattungen des Journalismus . . . . .	331
3.3	Gesprächssendungen des Fernsehjournalismus . . . . .	346
4	Transformationen der Sprecher-Hörer-Kooperation . . . . .	366
4.1	Sprecher-Hörer-Verträge in medialen und kollektiven Kommunikationssituationen . . . . .	366
4.2	Fokus der Sprecher-Hörer-Kooperation . . . . .	373
4.3	Typologie der fokussierten Kooperationsbeziehungen . . . . .	376
4.4	Kooperationskonflikte . . . . .	383
<b>IV</b>	<b>Fernsehjournalismus</b> . . . . .	<b>387</b>
1	Journalismus: Kommunikatives Handeln im Rahmen einer Kommunikationsgattung . . . . .	388
2	Das Medium Fernsehen . . . . .	393
2.1	Technisches Medium und Bildermedium . . . . .	393
2.2	Die Ausdruckssubstanz des Fernsehens – ein semiotisches Amalgam . . . . .	395
2.3	Sprache und Bild . . . . .	403
2.4	Submedien des Fernsehens . . . . .	428
3	Herstellung fernsehjournalistischer Beiträge . . . . .	435
3.1	Technische Produktion und Gestaltung . . . . .	435
3.2	Technische Produktion fernsehjournalistischer Beiträge . . . . .	437
3.3	Gestaltung fernsehjournalistischer Beiträge . . . . .	445
3.4	Produzenten fernsehjournalistischer Medienbeiträge . . . . .	457

---

4	Veränderungen des Journalismus durch das Fernsehen. .	465
4.1	Medienspezifische Ausdifferenzierungen des Fernsehjournalismus. . . . .	465
4.2	Medienspezifische Veränderungen journalistischer Beiträge . . . . .	468
 <b>Anhang</b>		
	Einstellungsprotokoll <i>Eintracht Frankfurt – Bayern München</i> . . . . .	485
	Literatur . . . . .	499
	Register . . . . .	515