

# Inhalt

Vorbemerkung .....	1
<b>I. Grundlagen der Medienkommunikation .....</b>	<b>3</b>
<b>SIEGFRIED J. SCHMIDT</b>	
Die Wirklichkeit des Beobachters .....	3
Vorbemerkung .....	3
1. Was ist Konstruktivismus - was heißt Konstruktivismus? .....	3
2. Wirklichkeit und Beobachten .....	6
3. Wirklichkeit und Beobachter .....	8
4. Kognitionstheorie: Rationalistisch halbiert? .....	10
5. Wie verlässlich sind unsere Wirklichkeitskonstruktionen? .....	12
6. Wirklichkeitskonstruktion und Massenmedien .....	14
<b>PETER KRUSE/MICHAEL STADLER</b>	
Der psychische Apparat des Menschen .....	20
1. Erkenntnistheoretische Position .....	20
2. Psychologische Metatheorien .....	22
2.1 Realismus .....	23
2.2 Konstruktivismus .....	25
3. Psychologische Phänomene .....	28
3.1 Instabilität und Ambiguität .....	30
3.2 Wirklichkeitsempfinden und Wirklichkeitskriterien .....	36
4. Einige abschließende Bemerkungen .....	40
<b>PETER M. HEJL</b>	
Soziale Konstruktion von Wirklichkeit .....	43
Einleitung .....	43
1. Zur Evolution der sozialen Wirklichkeitskonstruktionen .....	49
2. Soziale Differenzierung und Differenzierung der Wissensproduktion .....	53
3. Zusammenfassung .....	57
<b>GEBHARD RUSCH</b>	
Kommunikation und Verstehen .....	60
Kognition und Aktion .....	60
Interaktion .....	63
Kommunikation: Orientierungsinteraktion .....	65
Konvention .....	68
Wirklichkeit .....	70
Meinen und Verstehen .....	71
Verbale Kommunikation: Natürliche Sprache .....	75
Schriftsprache .....	75
Audio-visuelle und elektronische Medien .....	77

KLAUS KRIPPENDORFF

## Der verschwundene Bote.

Metaphern und Modelle der Kommunikation .....	79
Problemeinstieg .....	79
1. Alte Vorstellungen von Kommunikation .....	80
2. Metaphern der Kommunikation .....	85
2.1 Die Metapher der Übertragung von Botschaften .....	85
2.2 Die Container-Metapher .....	86
2.3 Die Metapher des Mitteilens von Gemeinsamkeiten (cognitive sharing) .....	88
2.4 Die Metapher vom Argument als Krieg .....	90
2.5 Die Metapher vom Kanal oder: Der Fluß der Signale .....	91
2.6 Die mathematische Theorie der Kommunikation (Informationstheorie) .....	92
2.7 Die Kontroll-Metapher .....	94
3. Sind wir Opfer unserer Metaphern? .....	96
4. Eine konstruktivistische Auffassung von Kommunikation und ihrer Erforschung .....	101

ALEIDA ASSMANN/JAN ASSMANN

## Das Gestern im Heute.

Medien und soziales Gedächtnis .....	114
1. Grundlagen des sozialen Gedächtnisses .....	114
Vorbemerkung .....	114
1.1 Koordination und Kontinuierung: Die synchrone und die diachrone Dimension der Kultur .....	114
1.2 Kultur als Gedächtnis .....	116
1.3 Maurice Halbwachs' Theorie vom Sozialen Gedächtnis .....	117
2. Formationen des sozialen Gedächtnisses .....	119
2.1 Kommunikatives Kurzzeit-Gedächtnis und kulturelles Langzeit-Gedächtnis .....	119
2.2 Bewohntes Funktions-Gedächtnis und unbewohntes Speicher-Gedächtnis .....	121
3. Funktionen des sozialen Gedächtnisses .....	124
3.1 Motive des Funktions-Gedächtnisses: Legitimation, Delegitimation, Distinktion .....	124
3.2 Eigenschaften des Speicher-Gedächtnisses: Distanzierung, Zweizeitigkeit, Individualisierung .....	127
4. Die Medien-Evolution und der Wandel sozialer Gedächtnisstrukturen .....	130
4.1 Oralität/Literalität .....	130
4.2 Handschriftlichkeit und Druckschriftlichkeit .....	135
4.3 Von der Buchkultur zum elektronischen Zeitalter .....	137

## II. Wirklichkeitskonstruktion durch Medien ..... 141

KLAUS MERTEN

Evolution der Kommunikation .....	141
1. Aufriß .....	141
2. Vom animalischen Signalverhalten zur sprachlichen Kommunikation .....	143
3. Von der Sprache zur Schrift .....	147

4. Technische Medien: Massenkommunikation .....	149
4.1 Entstehung der Massenmedien. Kommunikative Leistungen: Temporale Indifferenz, Zugänglichkeit für alle .....	150
4.2 Beschleunigung der Evolution der Massenmedien .....	153
5. Medien und Meta-Medien .....	155
6. Evolution von Konstruktionen der Wirklichkeit .....	158

MONIKA ELSNER/HANS ULRICH GUMBRECHT /

THOMAS MÜLLER/PETER M. SPANGENBERG

Zur Kulturgeschichte der Medien .....	163
---------------------------------------	-----

Vorbemerkung .....	163
1. Medienevolution und ihre Geschichtsschreibung .....	163
1.1 Objektbereich: Kommunikationsmedien .....	163
1.2 Beobachtungsperspektive: Die Materialität von Kommunikation .....	164
1.3 Beschreibungshorizont: Die mentalitätsgeschichtliche Dimension der Medienanalyse .....	166
2. Von der Manuskriptkultur zum Buchdruck .....	167
2.1 Manuskripte und christliche Weltordnung .....	168
2.2 Die Verkörperung von Schrift .....	170
2.3 Bücher als universelle Speichermedien .....	172
2.4 Buchdruck und der ‚Abschied‘ vom Körper .....	172
3. Körpererfahrung und Medienwirkung .....	174
3.1 Inszenierungen von Authentizität .....	176
3.2 Imaginierte Nähe und distanzierte Körper .....	178
4. Institutionalisierung des Fernsehens in den fünfziger Jahren .....	181
4.1 Mediales Dabei-Sein .....	182
4.2 Die Entstehung der Fernseh-Wirklichkeit .....	184
4.3 Medial vermittelte Nähe .....	186

KLAUS MERTEN/JOACHIM WESTERBARKEY

Public Opinion und Public Relations .....	188
---	-----

1. Aufriß .....	188
2. Geheimnisse .....	192
2.1 Masken .....	193
2.2 Systemeheimnisse .....	193
2.3 Machtfragen .....	194
2.4 Funktion von Geheimnissen .....	195
3. Öffentlichkeit .....	196
3.1 Segmentäre Öffentlichkeit .....	196
3.2 Bürgerliche Öffentlichkeit .....	197
3.3 Virtuelle Öffentlichkeit .....	198
3.4 Funktionale Öffentlichkeit .....	199
4. Öffentliche Meinung .....	200
4.1 Öffentliche Meinung als Fiktion .....	201
4.2 Messung öffentlicher Meinung .....	203
5. Public Relations .....	205
5.1 Die Konstruktion von Images .....	206
5.2 Public Relations als Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten .....	208
5.3 Probleme von PR .....	210

SIEGFRIED J. SCHMIDT/SIEGFRIED WEISCHENBERG	
Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen .....	
	212
1. Der Umgang mit Medienangeboten .....	212
2. Kognitive Schemata .....	213
3. Medienschemata .....	216
4. Alte Fragen - neue Antworten? .....	220
5. Medienschemata im Journalismus .....	223
6. Zur „Objektivität“ der Objektiven Berichterstattung .....	225
7. Objektive Berichterstattung als „strategisches Ritual“ .....	227
8. Alternative Berichterstattungsmuster .....	229
9. Darstellungsformen im Nachrichtenjournalismus .....	232
10. Journalistische Genres und journalistische Wahrnehmung .....	235
GEORG RUHRMANN	
Ereignis, Nachricht und Rezipient .....	
	237
1. Fragestellung .....	237
2. Vom Ereignis zur Nachricht .....	237
2.1 „Nachrichtenfaktoren“ .....	238
2.2 Kritik am „Nachrichtenfaktoren“- Ansatz .....	240
2.3 „Aktualität“ als Auswahlkriterium .....	241
2.3.1 Ausdifferenzierung und Steigerung zeitlicher Selektivität .....	242
2.3.2 Ausdifferenzierung und Steigerung sachlicher Selektivität .....	242
2.3.3 Ausdifferenzierung und Steigerung sozialer Selektivität .....	243
3. Strategien des Nachrichtenschreibens .....	244
4. Nachrichtenrezeption .....	245
5. Konstruktion sozialer Wirklichkeit durch Nachrichtenrezipienten .....	246
5.1 Nachrichtenwiedergabe .....	246
5.2 Kontext der Nachrichtenwiedergabe .....	247
5.3 Rezipienten erzählen Nachrichten: Acht Beispiele .....	248
5.4 Rezipiententypologie .....	251
Resümee .....	255
6. Zusammenfassung und Ausblick .....	255
IRENE NEVERLA	
Männerwelten - Frauenwelten. Wirklichkeitsmodelle, Geschlechterrollen, Chancenverteilung .....	
	257
Vorbemerkungen .....	
	257
1. Öffentlichkeit als Szenario der Männerwelt .....	259
2. Medieninhalte und Wirklichkeitsmodelle .....	261
2.1 Fernsehen .....	262
2.2 Tageszeitungen .....	263
2.3 Frauenzeitschriften .....	264
2.4 Diskursformen im Fernsehen .....	265
3. Zur Rezeption der Medienangebote .....	267
4. Frauen im Journalismus .....	271
4.1 Arbeitsmarkt und Arbeitsbedingungen .....	271
5. Orientierungsmuster und Kommunikationsstile .....	274

MICHAEL HALLER

Recherche und Nachrichtenproduktion als Konstruktionsprozesse .....	277
Vorbemerkungen .....	277
1. Journalismen und Medienwelten .....	278
2. Nachrichtlicher Journalismus .....	280
2.1 Der rechtsnormative Ansatz .....	280
2.2 Der pragmatische Ansatz .....	282
3. Konstruktivismus und Recherche .....	283
4. Konstruktivistisch begründete Handwerksregeln .....	287
5. Nachrichtenselektion: Eine Art Wahrnehmung? .....	288

### III. Wirkungen der Medien ..... 291

KLAUS MERTEN

Wirkungen von Kommunikation .....	291
1. Der Begriff der Wirkung .....	291
1.1 Zur Abgrenzung des Wirkungsbegriffs .....	292
1.2 Zur Definition des Wirkungsbegriffs .....	294
2. Kritik der Wirkungsforschung .....	296
2.1 Die Annahmen des Stimulus-Response-Modells .....	296
2.1.1 Transitivität versus Systemizität .....	296
2.1.2 Proportionalität versus Selektivität .....	297
2.1.3 Kausalität versus Reflexivität .....	300
2.2 Das Meßproblem .....	303
2.3 Theoretische Einbindung der Wirkungsforschung .....	307
3. Konstruktivistische Perspektiven .....	309
4. Ansätze der Wirkungsforschung .....	313
4.1 Der Zweistufenfluß der Kommunikation .....	315
4.2 Der Nutzen- und Belohnungsansatz (uses-and-gratifications-Approach) .....	317
4.3 Der Thematisierungs-Ansatz (Agenda-Setting-Approach) .....	318
4.4 Die Theorie der Schweigespirale .....	320
4.5 Die Hypothese der wachsenden Wissensluft .....	322
4.6 Der transaktionale Ansatz .....	324
4.7 Das Kontaktmodell .....	324
4.8 Synopsis der Ansätze .....	325
5. Perspektiven .....	326

HANS PETER PETERS

Risikokommunikation in den Medien .....	329
1. „Risiken“ als Kennzeichen moderner Industriegesellschaften .....	329
2. Darstellung technischer Risiken in den Medien .....	330
2.1 Medienberichterstattung und „Risikowirklichkeit“ .....	330
2.2 Erwartungen an die Risikoberichterstattung .....	332
2.3 Gegenstände journalistischer Berichterstattung .....	335
2.4 Korrektheit von Risikoinformationen in Massenmedien .....	336

3. Massenmediale Vermittlung zwischen Risikoexperten und Laien .....	338
3.1 „Risiko“ aus Expertensicht .....	338
3.2 „Risikowahrnehmung“ bei Laien .....	340
3.3 Unterschiede zwischen Alltagssprachlichem und technischem Risikobegriff.....	342
3.4 Journalisten zwischen Quellen- und Rezipientenerwartungen .....	344
4. Massenmedien in Risikokontroversen .....	346
4.1 Streit zwischen Experten und Gegenexperten .....	346
4.2 Modelle der Berichterstattung über kontroverse Risiken .....	347
4.3 Einfluß der Medien in Risikokontroversen.....	347
5. Ansätze zur Verbesserung der Risikokommunikation .....	348

#### DAGMAR KREBS

Gewalt und Pornographie im Fernsehen - Verführung oder Therapie? .....	352
1. Allgemeine Einführung .....	352
2. Gewalt und Pornographie als Forschungsgegenstand .....	353
2.1 Pornographie in den Medien .....	353
2.2 Aggression und Gewalt im Fernsehen .....	354
3. Erklärende (unabhängige) und erklärte (abhängige) Variablen in der Wirkungsforschung .....	355
3.1 Abhängige Variablen .....	356
3.1.1 Aggressive Handlungen oder Einstellungen.....	356
3.1.2 Strukturelle Gewalt.....	358
3.1.3 Pornographie.....	358
3.2 Unabhängige Variablen: Struktur und Inhalte von Gewaltdarstellungen .....	359
3.3 Intervenierende Variablen im Wirkungsprozeß .....	361
4. Modellvorstellungen des Wirkungsprozesses .....	362
5. Die theoretische Erklärung der Wirkungen von Gewaltdarstellungen .....	363
5.1 Kognitive soziale Lerntheorie .....	364
5.2 Einzelthesen zur Erklärung der Wirkungen von Gewaltdarstellungen .....	365
6. Methoden der Wirkungsforschung: Labor- versus Feldstudien .....	369
7. Beschreibung ausgewählter Untersuchungen zur Feststellung der Wirkungen von Gewalt- und Pornographiedarstellungen .....	371
7.1 Wirkungen von Pornographiedarstellungen: ein Feldexperiment .....	371
7.2 Wirkungen von Gewaltdarstellungen auf Einstellungen zu aggressiven Handlungen .....	372
8. Forschungsergebnisse und ihre Evaluation .....	374

#### BETTINA HURRELMANN

Kinder und Medien .....	377
1. Medienumwelt und Medienalltag von Kindern .....	377
2. Medien und Kulturwaren für Kinder im Verbund .....	380
3. Mediennutzung von Kindern .....	382
4. Medien und Sozialisation – eine kritische Diskussion gängiger Wirkungsthesen .....	385
5. Der Begriff der Mediensozialisation .....	386
6. Sozialisation durch Medien.....	388
7. Mediensozialisation im Familienkontext oder: Wie Familien mit dem Fernsehen umgehen .....	399
8. Soziale Funktionen des Fernsehens im Familienzusammenhang.....	401
9. Familienvoraussetzungen und Fernsehgebrauch – mögliche Rückwirkungen des Medienwandels auf die Familieninteraktion .....	404
10. Fernsehkonsum und erweitertes Fernsehangebot .....	406

BRIGITTE SPIEB

Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung .....	408
1. Anmerkungen zum Forschungsstand .....	408
2. Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung – woher sie kommen .....	409
3. Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung – worauf sie verweisen .....	411
3.1 Zielsetzung und Anlage der empirischen Studie .....	411
Auswahl des Analysematerials .....	411
Untersuchungskriterien .....	412
3.2 Ausgewählte Untersuchungsergebnisse .....	413
Klischee: Alte Frau .....	413
Klischee: Ehefrau und Mutter .....	415
Frauenbild der 50er Jahre .....	415
Frauenbild der 90er Jahre .....	415
Klischee: Berufstätige Frau .....	416
Klischee: Selbstbewußte, sich selbst verwirklichende Frau .....	417
Klischee: Junge Individualistin .....	418
Klischee: Aggressive Frau .....	419
Klischee: Coole Frau, androgyne Frau .....	419
Klischee: Schöne Frau (Schönheitsideal).....	420
4. Weiblichkeitsbilder in der Fernsehwerbung – zwischen Konvention und Innovation .....	422
ANHANG .....	426

## IV. Medienstrukturen und Mediendynamik ..... 427

SIEGFRIED WEISCHENBERG

Journalismus als soziales System .....	427
1. Journalisten und Journalismus .....	427
2. Journalismus in systemtheoretischer Perspektive .....	429
3. Historische und rechtliche Grundlagen des Journalismus .....	432
4. Organisationsformen und Entscheidungsstrukturen .....	435
5. Legitimations- und Glaubwürdigkeitsprobleme im Journalismus .....	440
6. Berufstypologie und Sozialisation im Journalismus .....	444
7. Journalismus und Verantwortung .....	451

SIEGFRIED WEISCHENBERG/ULRICH HIENZSCH

Die Entwicklung der Medientechnik .....	455
Vorbemerkungen .....	455
1. Entwicklungslinien der Medientechnik .....	457
2. Die Mechanisierung des Schreibens .....	459
2.1 Gutenberg: Letternsatz und Buchdruck .....	459
2.2 Koenig: Schnellpresse mit Dampfkraft .....	460
2.3 Mergenthaler: Zeilenguß mit der Linotype .....	461
3. Die Techniken der Nachrichtenübermittlung .....	462
3.1 Optische Telegraphie und erste nationale Netze .....	462
3.2 Elektrische Telegraphie .....	463
3.3 Die Systeme der Nachrichten- und Zeitungstechnik .....	467
4. Die Medientechniken des 20. Jahrhunderts .....	468
4.1 Hörfunk und Fernsehen .....	468
4.2 EDV-Technik als Kommunikationstechnik .....	470

5. Merkmale und Folgen elektronischer Medienproduktion .....	472
5.1 Neue Technik bei den Tageszeitungen .....	472
5.2 Nachrichtenagenturen als Schrittmacher der Medientechnik .....	474
5.3 Elektronische Berichterstattung (EB) beim Fernsehen .....	475
6. Das Supersystem: Elektronische Aussagenproduktion (EAP).....	478

JÜRGEN PROTT

Ökonomie und Organisation der Medien .....	481
1. Wirtschaftliche Grundlagen und institutionelle Differenzierungen des Mediensystems .....	481
2. Ökonomische Tendenzen der Presse und Probleme der inneren Pressefreiheit .....	485
3. Wirtschaftliche Grundlagen des Rundfunks und Probleme der inneren Rundfunkfreiheit .....	495
4. Fortschreitende Kommerzialisierung: Risiko oder Chance für das Mediensystem?.....	503

HORST RÖPER

### Das Mediensystem der Bundesrepublik

Deutschland .....	506
-------------------	-----

Vorbemerkungen .....	506
1. Printmedien .....	507
1.1 Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg .....	507
1.2 Zur aktuellen Struktur der Printmedien .....	509
1.2.1 Zeitungen .....	510
1.2.2 Zeitschriften .....	512
1.2.3 Anzeigenblätter .....	515
1.2.4 Lokale Wochenblätter .....	516
1.3 Problem Pressekonzentration .....	517
Pressekonzentration und Politik .....	522
1.4 Printmedien in der DDR .....	524
2. Privater Rundfunk .....	526
2.1 Entwicklung des privaten Rundfunks .....	527
Die Kabelpilotprojekte .....	530
2.2 Struktur des privaten Rundfunks .....	532
3. Multimediale Anbieterstrukturen .....	534
4. Schlußbemerkungen .....	542

HANS J. KLEINSTEUBER

Nationale und internationale Mediensysteme .....	544
--	-----

1. Aspekte eines „globalen Mediendorfes“ .....	544
2. Zur Klassifikation von Mediensystemen .....	547
2.1 Der westlich-liberale Typ .....	549
2.2 Der östlich-realsozialistische Typ .....	555
2.3 Der Dritte-Welt-Typ .....	560
3. Das globale Netz der Informationen .....	562
3.1 Die Welt-Nachrichtenagenturen .....	563
3.2 Die internationalen Programmärkte .....	565
4. Zur Gestaltung der internationalen Medienbeziehungen .....	566
5. Auf dem Weg zu gerechteren globalen Medienstrukturen .....	568

MARTIN LÖFFELHOLZ/KLAUS-DIETER ALTMEPPEN

<b>Kommunikation in der Informationsgesellschaft</b> .....	<b>570</b>
1. Information – Kommunikation – Gesellschaft .....	570
2. Die soziale Konstruktion von Informationsgesellschaften .....	571
2.1 Die Informationsgesellschaft als „information economy“ .....	571
2.2 Die Informationsgesellschaft als „nachindustrielle Gesellschaft“ .....	574
2.3 Die Informationsgesellschaft als „informatisierte Industriegesellschaft“ .....	575
3. Dynamik und Riskanz der Informationsgesellschaft .....	576
4. Die technologische Infrastruktur .....	578
5. Die Zukunft der Medienkommunikation .....	581
5.1 Kommerzialisierung und Deregulation .....	581
5.2 Internationalisierung und Europäisierung .....	583
5.3 Individualisierung und Segmentierung .....	584
5.4 Funktionaler und struktureller Wandel des Journalismus .....	585
6. Risiken der Informationsgesellschaft .....	587

<b>Nachbemerkung</b> .....	<b>592</b>
----------------------------	------------

SIEGFRIED J. SCHMIDT

**Konstruktivismus in der Medienforschung:**

<b>Konzepte, Kritiken, Konsequenzen</b> .....	<b>592</b>
<b>Vorbemerkung</b> .....	<b>592</b>
1. Konstruktivismus und Neurobiologie .....	592
2. Konstruktivismus und Kulturwissenschaften .....	593
3. „Konstruktionen“ von Wirklichkeit(en)? .....	595
4. Sprache und/ als Common Sense .....	596
5. Kultur als Programm .....	599
6. Sprache, Kultur und Wirklichkeitskonstruktion(en) .....	602
7. Kommunikation: unwahrscheinlich oder wahrscheinlich? .....	603
8. Kommunikation ohne Menschen? .....	604
9. Medien und „Massenkommunikation“ .....	612
10. Haben Medienangebote Bedeutungen? .....	615
11. Ist der Konstruktivismus ein relativistischer Subjektivismus? .....	616
12. Wissenschaft, Pluralismus und Empirie .....	619

<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>624</b>
-----------------------------------	------------

<b>Personenregister</b> .....	<b>678</b>
-------------------------------	------------

<b>Sachregister</b> .....	<b>683</b>
---------------------------	------------

<b>Autorenverzeichnis</b> .....	<b>690</b>
---------------------------------	------------