

# Inhalt

Vorwort zur 5. Auflage .....	13
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>2 Kommunikation: Zur Klärung eines Begriffes .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Kommunikation als soziales Verhalten .....</b>	<b>21</b>
<i>Kommunikation und Intentionalität 23</i>	
<b>2.2 Menschliche Kommunikation als soziales Handeln .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Kommunikation als soziale Interaktion .....</b>	<b>29</b>
<i>Kritische Einwände? 32</i>	
<b>2.4 Kommunikation als vermittelter Prozess .....</b>	<b>33</b>
<i>Zwischenbilanz 35</i>	
<b>2.4.1 Medium als Kommunikationstechnik .....</b>	<b>36</b>
<b>2.4.2 Medium: ein kommunikationswissenschaftlicher Begriff .....</b>	<b>38</b>
<i>Das publizistische Medium 39   Medien erster und zweiter Ordnung 41</i>	
<b>2.5 Menschliche Kommunikation als <i>symbolisch</i> vermittelte Interaktion .....</b>	<b>42</b>
<i>Symbolischer Interaktionismus 49   Das Symbol im Kommunikations- prozess 51</i>	
<b>2.6 Die humanspezifische Kommunikationsmodalität: Zusammenfassung und terminologische Ergänzung .....</b>	<b>54</b>
<b>2.7 Feedback: eine Erfolgskontrolle kommunikativen Handelns .....</b>	<b>57</b>
<i>Kommunikation als System 58   Reflexivität 61</i>	
<b>3 Das Kommunikationsmedium Sprache .....</b>	<b>63</b>
<b>3.1 Sprachliche Verständigung .....</b>	<b>64</b>
<i>Zusammenfassung 69</i>	
<b>3.2 Sprachbarrieren .....</b>	<b>70</b>

<b>3.3</b>	<b>Verständigungsrelevante Besonderheiten der menschlichen Sprache</b> .....	71
3.3.1	Die verallgemeinernde Kraft der Sprache .....	71
3.3.2	Sprache und Wirklichkeit .....	74
3.3.3	Sprachliche Relativität .....	75
3.3.4	Sprachliche Reflexivität .....	78
<b>3.4</b>	<b>Exkurs: Wissenschaftssprache</b> .....	79
<b>4</b>	<b>Kommunikation und menschliche Existenz</b> .....	83
<b>4.1</b>	<b>Kommunikation – eine anthropologische Grundkonstante</b> .....	84
	<i>Sprache: Resultat von und Voraussetzung für Evolution</i> 86   <i>Kooperative Arbeit: Motor der Sprachevolution</i> 87   <i>Der Mensch: Mängelwesen und sekundärer Nesthocker</i> 89	
<b>4.2</b>	<b>Sozialisation und Kommunikation</b> .....	91
4.2.1	Sozialisationstheoretische Positionen .....	92
4.2.2	Exkurs: Die soziale Rolle .....	93
4.2.3	Sozialisation als symbolisch-interaktionistisches Geschehen .....	95
	<i>Selbst-Bewusstsein</i> 97   <i>Das I und das Me</i> 99   <i>Exkurs: Cultural Studies</i> 101	
4.2.4	Selbst-Genese und Kommunikation .....	102
<b>5</b>	<b>Massenkommunikation in der internetbasierten Kommunikationsgesellschaft</b> .....	105
<b>5.1</b>	<b>Massenkommunikation: Zur Klärung eines Begriffes</b> .....	106
	<i>Die Masse im Begriff Massenkommunikation</i> 107   <i>Kommunikation im Begriff Massenkommunikation</i> 109   <i>Massenkommunikation und soziales Handeln</i> 111   <i>Interesse an Publizität</i> 112   <i>Erstes Fazit: Massenkommunikation ist öffentlich – und potenziell auch Kommunikation</i> 114	
<b>5.2</b>	<b>Massenkommunikation, Öffentlichkeit und Internet</b> .....	114
	<i>Normative Ansprüche an politische Öffentlichkeit</i> 120   <i>Öffentlichkeit und Publizität</i> 121   <i>Internet und Öffentlichkeit</i> 124   <i>Zwischen Enthusiasmus und Skepsis: Erwartungen an das Netz</i> 126   <i>Zweites Fazit: Das Netz ergänzt die Massenkommunikation – aber es ersetzt sie nicht</i> 130	
<b>6</b>	<b>Wirkungsforschung</b> .....	135
<b>6.1</b>	<b>Zur Genese der massenkommunikativen Wirkungsforschung</b> .....	139
<b>6.2</b>	<b>Psychologisch orientierte Wirkungsforschung</b> .....	143

6.2.1	<b>Persuasionstheorie</b> . . . . .	144
	<i>Merkmale der Aussage</i> 146   <i>Merkmale der Kommunikations-</i> <i>quelle</i> 148   <i>Persönlichkeit der Rezipienten</i> 150	
6.2.2	<b>Konsistenztheorie/Kognitive Dissonanz</b> . . . . .	151
6.2.3	<b>Elaboration-Likelihood-Model (ELM)</b> . . . . .	155
<b>6.3</b>	<b>Soziologisch orientierte Wirkungsforschung</b> . . . . .	158
6.3.1	<b>Das Opinion-Leader-Konzept</b> . . . . .	159
	<i>Two-Cycle-Flow und Multi-Step-Flow</i> 162   <i>Opinion Sharing</i> 163	
6.3.2	<b>Diffusionsforschung</b> . . . . .	165
	<i>Meinungsführer 2.0?</i> 168   <i>Influencer</i> 168	
<b>6.4</b>	<b>Massenmedien ohne Wirkung?</b> . . . . .	170
	<i>Umkehrung der Wirkungsfrage</i> 172	
<b>6.5</b>	<b>Nutzung der Massenmedien</b> . . . . .	173
6.5.1	<b>Der Nutzenansatz und der Uses-and-Gratifications Approach</b> . . . . .	174
	<i>Das aktive Publikum</i> 174   <i>Der Symbolische Interaktionismus als</i> <i>Handlungstheorie</i> 175	
6.5.2	<b>Publikumsforschung als Gratifikationsforschung</b> . . . . .	177
	<i>Nutzungsarten</i> 178   <i>Der Erwartungs-Bewertungs-Ansatz</i> 182   <i>U&amp;G im Internetzeitalter</i> 184   <i>Kritik an Nutzenansatz</i> 186   <i>Medien-</i> <i>repertoires als neue Nutzungsmuster?</i> 187	
<b>6.6</b>	<b>Dynamisch-transaktionaler Ansatz (DTA)</b> . . . . .	188
	<i>Empirische Evidenzen für den DTA</i> 192   <i>Zuverlässige</i> <i>Überraschung</i> 194	
<b>6.7</b>	<b>Agenda-Setting</b> . . . . .	195
	<i>Nonlineare Agenda-Setting-Modelle</i> 201   <i>Second-Level-Agenda-</i> <i>Setting</i> 202   <i>Kritik: Widersprüchlichkeit und Grenzüberschrei-</i> <i>tung?</i> 203   <i>Third-Level-Agenda-Setting</i> 203   <i>Priming, Framing</i> <i>und Agenda-Setting</i> 204   <i>Agenda-Building</i> 206	
<b>6.8</b>	<b>Wissenskluft und Digital-Divide</b> . . . . .	210
	<i>Bildung oder Motivation als relevante Wissenskluft-Variablen?</i> 211   <i>Differenzierung von Wissen</i> 212   <i>Verringerung von Wissensklüften</i> <i>durch Nutzung von Printmedien?</i> 212   <i>Digital-Divide-Forschung</i> 213	
<b>6.9</b>	<b>Schweigespirale</b> . . . . .	217
	<i>Die Entdeckung des Meinungsklimas</i> 219   <i>Frosch- und Vogel-</i> <i>perspektive in TV-Interviews</i> 220   <i>Bedingungen für die</i> <i>Entwicklung einer Schweigespirale</i> 221   <i>Der Eisenbahntest und die</i> <i>„Schweiger“</i> 222   <i>Schweigespirale goes online</i> 223   <i>Isolationsfurcht</i> <i>auch im Netz?</i> 224	

<b>7</b>	<b>Strukturen der modernen Kommunikationsgesellschaft</b> . . . .	227
<b>7.1</b>	<b>Kommunikation und Gesellschaft</b> . . . . .	227
	<i>Informationsgesellschaft</i> 229   <i>Netzwerkgesellschaft</i> 231	
	<i>Kommunikations- und Mediengesellschaft</i> 233	
<b>7.2</b>	<b>Medien und Wirklichkeit</b> . . . . .	238
	<i>Von Ptolemäus zu Kopernikus</i> 240	
<b>7.3</b>	<b>Realität als mediale Konstruktion</b> . . . . .	243
	<i>Der Journalist als Gatekeeper</i> 244   <i>Vom Gatekeeping zum Gate-</i>	
	<i>watching (?)</i> 245   <i>News Bias</i> 247   <i>Nachrichtenfaktoren (NRF)</i> 248	
	<i>Nachrichten – Mittel zu Zweck?</i> 251   <i>Nachrichtenfaktoren und</i>	
	<i>Nachrichtenrezeption</i> 252	
<b>7.4</b>	<b>Realitätsinszenierung in der Kommunikationsgesellschaft</b> . . . . .	253
	<i>Pseudo-Ereignisse</i> 253	
<b>7.5</b>	<b>Journalismus und Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit</b> . . . . .	256
	<i>Dominiert PR den Journalismus?</i> 258   <i>Zweifel und Kritik an der</i>	
	<i>Determinationsthese</i> 260   <i>Determination 2.0</i> 263   <i>Das Inter-</i>	
	<i>effikationsmodell</i> 263	
<b>7.6</b>	<b>Resümee – oder: Zuflucht beim Konstruktivismus?</b> . . . . .	266
	<i>Wirklichkeit als Konstruktion</i> 267   <i>Konstruktivismus und Kommuni-</i>	
	<i>kationswissenschaft</i> 269   <i>Alter Wein in neuen Schläuchen?</i> 272	
<b>7.7</b>	<b>Das Fernsehen – ein Jahrhundertmedium</b> . . . . .	273
<b>7.7.1</b>	<b>Fernsehen als epochales Phänomen</b> . . . . .	274
	<i>Die ins Haus gelieferte Welt</i> (Günther Anders) 274   <i>Das Medium</i>	
	<i>ist die Botschaft</i> (Marshall McLuhan) 276   <i>Wir amüsieren uns zu</i>	
	<i>Tode</i> (Neil Postman) 277   <i>Der Verlust des Orts-Sinns</i> (Joshua	
	<i>Meyrowitz)</i> 278   <i>Fernsehen als Zeitfaktor</i> (Irene Neverla) 279	
<b>7.7.2</b>	<b>Die Kultivierungsthese</b> . . . . .	280
	<i>Kritik an der Kultivierungsthese</i> 282	
<b>7.7.3</b>	<b>Politikverdrossenheit und die Videomalaise-These</b> . . . . .	283
<b>7.7.4</b>	<b>Fernsehen und Gewalt</b> . . . . .	284
	<i>Fernsehgewalt und reale Gewalt: Ein Faktor unter vielen</i> 286	
	<i>Katharsisthese</i> 287   <i>Inhibitionsthese</i> 288   <i>Umkehrthese</i> 288	
	<i>Stimulationsthese</i> 289   <i>Excitation-Transfer-These</i> 289   <i>Imitations-</i>	
	<i>these</i> 290   <i>Suggestionsthese</i> 291   <i>Habitualisierungsthese</i> 292	
	<i>Gewalt und Sucht durch Computerspiele?</i> 293   <i>Kognitiv-</i>	
	<i>physiologischer Ansatz</i> 295	
<b>7.7.5</b>	<b>Fernsehen und Bildung</b> . . . . .	297
<b>7.7.6</b>	<b>Fernsehen und Lesen</b> . . . . .	299
	<i>Trends im Verhältnis zwischen Fernsehen und Lesen</i> 300	

7.7.7	<b>Von der Zerstückelung des (linearen) Fernsehens zum Web-TV</b> . . . .	303
	<i>Das neue Fernsehen</i> 305	
<b>7.8</b>	<b>Internet, Suchmaschinen, Web 2.0 und Social Media</b> . . . . .	306
	<i>Das World Wide Web</i> 308   <i>Die kommunikative Revolution</i> 309	
	<i>Digital Natives vs. Digital Immigrants?</i> 311	
7.8.1	<b>Das mobile Internet und die permanente Vernetzung</b> . . . . .	312
	<i>Suchmaschinen, Algorithmen und die Filter Bubble</i> 314	
7.8.2	<b>Web 2.0 und Social Media</b> . . . . .	316
	<i>Social Media</i> 317   <i>Bilder/Fotos und Videos in der Social Media-Ära</i> 322   <i>Statt eines Resümees</i> 324	
<b>7.9</b>	<b>Funktionen publizistischer Medien</b> . . . . .	327
7.9.1	<b>Soziale Funktionen</b> . . . . .	328
7.9.2	<b>Politische Funktionen</b> . . . . .	334
7.9.3	<b>Ökonomische Funktionen</b> . . . . .	338
7.9.4	<b>Information</b> . . . . .	342
	<i>Information via Massenkommunikation</i> 343   <i>Vollständigkeit</i> 346	
	<i>Objektivität</i> 348   <i>Verständlichkeit</i> 353	
<b>8</b>	<b>Kommunikationswissenschaft als interdisziplinäre Sozialwissenschaft</b> . . . . .	355
	<i>Material- und Formalobjekt</i> 358	
<b>8.1</b>	<b>Exkurs: Zur Besonderheit wissenschaftlichen Wissens</b> . . . . .	360
	<i>Entdecken und Erklären</i> 360   <i>Wissenschaft beginnt mit Problemen</i> 363	
<b>8.2</b>	<b>Kommunikationstheorien: Eine Systematik</b> . . . . .	366
<b>8.3</b>	<b>Allgemeine Theorieperspektiven von Kommunikation</b> . . . . .	368
8.3.1	<b>Kommunikation als Signalübertragung</b> . . . . .	369
	<i>Technikorientierter Informationsbegriff</i> 370   <i>Shannon/Weaver – sozialwissenschaftlich interpretiert</i> 371	
8.3.2	<b>Kommunikation als interaktiver Vorgang</b> . . . . .	372
8.3.2.1	<b>Der Symbolische Interaktionismus</b> . . . . .	373
8.3.2.2	<b>Die Theorie des kommunikativen Handelns</b> . . . . .	374
	<i>Erkenntnisinteresse: Emanzipation</i> 375   <i>Bedingungen von Verständigung</i> 376   <i>Der Diskurs</i> 379   <i>Resümee und Kritik</i> 382	
	<i>Die Rezeption einer TV-Diskussion als Verständigungsprozess</i> 384	
8.3.2.3	<b>Das Kommunikationsquadrat</b> . . . . .	385
8.3.3	<b>Kommunikation als umweltabhängiger Prozess</b> . . . . .	388
8.3.3.1	<b>Der historische Materialismus</b> . . . . .	388
	<i>Kommunikation aus historisch-materialistischer Perspektive</i> 390	
	<i>Von materialistischer Medienforschung zur Medienökonomie</i> 393	

8.3.3.2	Die Systemtheorie . . . . .	395
	<i>Strukturell-funktionale versus funktional-strukturelle Systemtheorie</i> 396   <i>Journalismus als Sozialsystem</i> 397   <i>Kritik an der Systemtheorie</i> 399	
8.3.4	Kommunikation als Wirklichkeitskonstruktion . . . . .	400
	<i>Feminismus und die Gender-Konstruktion</i> 400	
<b>8.4</b>	<b>Ziele von Kommunikation</b> . . . . .	403
8.4.1	Beeinflussung durch Kommunikation . . . . .	403
8.4.2	Emanzipation durch (öffentliche) Kommunikation . . . . .	404
	<i>Der verständigungsorientierte Ansatz von Habermas</i> 406	
8.4.3	Therapie durch Kommunikation . . . . .	409
	<i>Die fünf Axiome der Kommunikation</i> 409   <i>Kommunikations- bzw. Verhaltenstherapie</i> 416	
<b>8.5</b>	<b>Modelltheoretische Ansätze</b> . . . . .	417
	<i>Was ist ein Modell?</i> 418	
8.5.1	Lasswell-Formel . . . . .	419
	<i>Pro und Contra Lasswell-Formel</i> 420	
8.5.2	Modell der Nachrichtentransformation . . . . .	421
8.5.3	Feldschema . . . . .	423
8.5.4	Materialistische Massenkommunikation . . . . .	425
8.5.5	Digital vernetzter Kommunikationsraum . . . . .	427
8.5.6	Diskursiver Journalismus . . . . .	431
8.5.7	Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA) . . . . .	434
	<i>Ein Index für Verständigungsorientierung (VOI)</i> 436	
8.5.8	Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation . . . . .	438
<b>9</b>	<b>Der Objektbereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft</b> . . . . .	441
9.1	<b>Die Bedeutung von Kommunikation für Mensch und Gesellschaft</b> . . . . .	441
9.2	<b>Resümee: Der Sinn des vorliegenden Orientierungsrahmens</b> . . . . .	447
	Literaturverzeichnis . . . . .	453
	Register . . . . .	537