

Siegfried Weischenberg

Journalistik

*Theorie und Praxis
aktueller Medienkommunikation*

*Band 1:
Mediensysteme, Medienethik,
Medieninstitutionen*

Westdeutscher Verlag

Inhalt

Vorbemerkungen.....	9
1 Journalistik und Journalismus	13
1.1 Zur Identifizierung von 'Journalistik'	13
1.1.1 Journalistik als Begriff.....	13
1.1.2 Journalistik als Institution.....	17
1.1.3 Journalistik als Lehr- und Forschungsbereich..	22
1.1.4 'Sozialistische Journalistik' (Exkurs)	27
1.2 Der Gegenstand: Journalismus	37
1.2.1 Begriffliche und methodische Probleme.....	37
1.2.2 Journalismus und Wissenschaft.....	50
1.2.3 Journalismus als Wirklichkeitskonstruktion.....	60
1.3 Themen und Grenzen der Journalistik	66
Bibliographische Hinweise zu Kapitel 1	71
2 Mediensysteme: Normenkontext des Journalismus.....	77
2.1 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen der Medienkommunikation.....	77
2.1.1 Allgemeine Theorien der Medien und der Gesellschaft.....	77
2.1.2 Der normative Divergenz-Ansatz.....	86
2.1.3 Der analytische Kontingenz-Ansatz	92
2.1.4 Der empirische Konvergenz-Ansatz	97
2.1.5 Merkmale und Probleme geschlossener Mediensysteme.....	104
2.1.6 Merkmale und Probleme offener Mediensysteme.....	119

2.2	Normative Grundlagen und aktuelle Erscheinungsformen.....	124
2.2.1	Die Tradition der Pressefreiheit in Deutschland.....	124
2.2.2	Das Mediensystem der Bundesrepublik.....	130
2.2.2.1	Pressefreiheit und Medienrecht.....	130
2.2.2.2	Pressefreiheit und Medienvielfalt.....	138
2.2.2.3	Der Start in eine neue Medienlandschaft.....	144
2.2.2.4	Die deutsch-deutsche Medienentwicklung.....	154
2.2.3	Die Perspektive: 'Amerikanisierung' des Mediensystems.....	161
2.2.3.1	Der rechtliche Rahmen des Mediensystems der USA.....	161
2.2.3.2	Strukturmerkmale des Mediensystems der USA.....	165
2.3	Ethische und professionelle Standards.....	170
2.3.1	Selbstverpflichtung durch Sozialverantwortung.....	170
2.3.2	Grundlagen einer Medienethik	176
2.3.2.1	Aktuelle Begründungen	176
2.3.2.2	Philosophische Prinzipien.....	182
2.3.2.3	Zur Substanz von Pressekodizes	187
2.3.3	Kommunikationswissenschaftliche Annäherungen.....	194
2.3.3.1	Der normativ-ontologische Ansatz....	197
2.3.3.2	Der empirisch-analytische Ansatz....	201
2.3.4	Zum Praxisbezug einer Medienethik	204
2.3.4.1	Kasuistik als Medienethik: das Lernen am Fall	204
2.3.4.2	Steuerungsinstanzen einer Medienethik.....	207
2.3.5	Kommunikation und Verantwortung	216
	Bibliographische Hinweise zu Kapitel 2	227

3 Medieninstitutionen: Strukturkontext des Journalismus	237
 3.1 Ökonomische Imperative.....	237
3.1.1 Zur Systematik und Problematik einer 'Medienökonomie'	237
3.1.2 Die Ökonomie der Presse.....	240
3.1.2.1 Kosten- und Erlösstruktur	240
3.1.2.2 Wettbewerb, Marktzutritt und Subventionsmodelle.....	249
3.1.3 Die Ökonomie des Rundfunks	258
3.1.4 Die Perspektive: Kommerzialisierung und Internationalisierung	268
 3.2 Organisatorische Imperative	275
3.2.1 Gruppenstrukturen und 'Redaktionsverfassungen'	275
3.2.2 Rollen-, Entscheidungs- und Produktionsmuster	281
3.2.3 Die Redaktion als organisiertes soziales System.....	289
3.2.3.1 Perspektiven der Redaktionsforschung	289
3.2.3.2 Redaktionelles Entscheidungshandeln.....	301
3.2.4 Kontroll- und Anpassungsprozesse in der Redaktion.....	304
3.2.4.1 Redaktionelles Handeln als 'Gatekeeping'	304
3.2.4.2 Mechanische Zwänge und strategische Kommunikationsmuster.....	315
3.2.5 Merkmale redaktioneller Organisation und Produktion.....	319
Bibliographische Hinweise zu Kapitel 3	327
Literaturverzeichnis	335
Verzeichnis der Texte und Abbildungen	358
Inhalt von Bd. 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure.....	360