

MASSENKOMMUNIKATION

Theorien, Methoden, Befunde

HERAUSGEGEBEN VON
MAX KAASE UND WINFRIED SCHULZ

WESTDEUTSCHER VERLAG

INHALTSÜBERSICHT

I. Einleitung

<i>Max Kaase und Winfried Schulz</i> Perspektiven der Kommunikationsforschung	9
<i>Horst Reimann</i> Die Anfänge der Kommunikationsforschung. Entstehungsbedingungen und gemeinsame europäisch-amerikanische Entwicklungslinien im Spannungsfeld von Soziologie und Zeitungswissenschaft	28

II. Massenkommunikation und gesellschaftlicher Wandel

<i>Kurt Koszyk</i> Kommunikationsgeschichte als Sozialgeschichte	46
<i>Jürgen Wilke</i> Geschichte als Kommunikationsereignis. Der Beitrag der Massenkommunikation beim Zustandekommen historischer Ereignisse	57
<i>Franz Ronneberger</i> Die Rolle der Verfassungsgerichtsbarkeit beim Wandel des Rundfunksystems	72
<i>Ulrich Saxer</i> Medienkommunikation und geplanter Gesellschaftswandel	85
<i>Max Kaase</i> Fernsehen, gesellschaftlicher Wandel und politischer Prozeß	97
<i>Heribert Schatz</i> Hochtechnologiepolitik und Massenkommunikation. Veränderungen in den Grundlagen politischer Kommunikation	118

III. Funktionen und Folgen politischer Kommunikation

<i>Winfried Schulz</i> Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung	135
--	-----

Erwin Faul

Frankreich und die Bundesrepublik Deutschland im Fernsehen. Bilder und Gegenbilder 150

Michael Kunczik

Public Relations für Staaten. Die Imagepflege von Nationen als Aspekt der internationalen Kommunikation: Zum Forschungsstand 165

Wolfgang R. Langenbacher und Irmgard Staudacher

Journalismus als Komplementärinstitution politischer Kontrolle. Studien zu makrosozialen Wirkungen der medienvermittelten Kommunikation in Österreich 185

Hans Mathias Kepplinger. In Zusammenarbeit mit *Hans-Bernd Brosius, Joachim Friedrich Staab* und *Günter Linke*

Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte 199

Hans-Dieter Klingemann und Katrin Voltmer

Massenmedien als Brücke zur Welt der Politik. Nachrichtennutzung und politische Beteiligungsbereitschaft 221

Christina Holtz-Bacha

Verleidet uns das Fernsehen die Politik? Auf den Spuren der „Videomalaise“ . . . 239

IV. Kommunikatoren im sozialen Kontext

Manfred Rühl

Organisatorischer Journalismus. Tendenzen der Redaktionsforschung 253

Bernward Frank

Fernsehforschung als Entscheidungshilfe der Programmplanung und -gestaltung. Standortbestimmung und Ausblick 270

Siegfried Weischenberg, Susanne von Bassewitz und Armin Scholl

Konstellationen der Aussagenentstehung. Zur Handlungs- und Wirkungsrelevanz journalistischer Kommunikationsabsichten 280

Lutz Erbring

Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation. Journalistische Berufsnormen und politische Kultur 301

V. Nutzung und Nutzen von Massenmedien

Karsten Renckstorf

Mediennutzung als soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-)Kommunikationsforschung . . . 314

Marie-Luise Kiefer

Medienkomplementarität und Medienkonkurrenz. Notizen zum weitgehend ungeklärten „Wettbewerbsverhältnis“ der Medien 337

Jo Groebel

Erlebnisse durch Medien. Reizsuche in der Realität und in der Fiktion 351

Klaus Neumann und Michael Charlton

Massen- und Interpersonale Kommunikation im Alltag von Kind und Familie. Ergebnisse der Freiburger Längsschnittuntersuchung zur Medienrezeption von Kindern 364

Renate Ehlers

Musik im Alltagsleben. Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Süddeutschen Rundfunks 379

VI. Zur Theorie der Medienwirkung

Wolfgang Donsbach

Selektive Zuwendung zu Medieninhalten, Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten 392

Michael Schenk

Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation 406

Elisabeth Noelle-Neumann

Die Theorie der Schweigespirale als Instrument der Medienwirkungsforschung 418

Rainer Mathes

Medienwirkungen und Konfliktodynamik in der Auseinandersetzung um die Entlassung von General Kießling. Eine Fallstudie und ein Drei-Ebenen-Modell . 441

Klaus Schönbach

Die Bekanntheit des Dr. Eiteneyer. Eine exemplarische Analyse der Erklärungskraft von Medienwirkungsmodellen 459

VII. Methodenentwicklung und Inhaltsanalyse

Hans-Jürgen Weiß

Öffentliche Streitfragen und massenmediale Argumentationsstrukturen. Ein Ansatz zur Analyse der inhaltlichen Dimension im Agenda Setting-Prozeß . 473

Werner Früh

Semantische Struktur- und Inhaltsanalyse (SSI). Eine Methode zur Analyse von Textinhalten und Textstrukturen und ihre Anwendung in der Rezeptionsanalyse 490

Siegfried Frey und Gary Bente

Mikroanalyse medienvermittelter Informationsprozesse. Zur Anwendung zeitreihen-basierter Notationsprinzipien auf die Untersuchung von Fernsehnachrichten	508
<i>Die Autoren der Beiträge</i>	527
<i>English Summaries</i>	532