

Inhalt

Übersicht	9
Einleitung (Jochen Hörisch, Mannheim)	11
1 Jenseits der Gutenberg-Galaxis	11
2 The medium is the message	14 ✕
3 Vom Sinn zu den Sinnen	16
4 Wahrnehmung ODER Kommunikation	19 ✓
5 Versammlung oder Zerstreuung	20
6 Medienschelte – Medienlob	24
7 Die Zivilisierung der Medientechnologie	27
1 Für eine integrierte Medien- und Kommunikationswissenschaft (mit Georg Schütte)	33
1.1 Viele Medien – eine Wissenschaft	33 ✓
1.2 Zwischen Fragmentierung und Zusammenhalt	35
1.3 Fächer und Programme (in den USA)	37
1.4 Forderungen für die weitere Entwicklung	38
1.5 Medien: Kanäle / Sprachen / Umwelten	40 ✕
1.6 Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft (in der BRD und der DDR)	43
1.7 Kultur- / Medien- / Literaturwissenschaft	46 ✓
1.8 Spielräume und Konkurrenz multimedialer Entwicklungen	51
2 Medienentwicklungen und Medienkonkurrenz	54
2.1 Gütekriterien wissenschaftlicher Theorien	54
2.2 Wirklichkeitsnähe	55
2.3 Widerspruchsfreiheit	56
2.4 Große Reichweite, Einfachheit und Fruchtbarkeit	57
2.5 Beobachterperspektiven	58
2.6 Nonverbale und verbale Kommunikation	60
2.7 Die Etablierung der Druckmedien	63 ✕
2.8 Audio-visuelle Medien	67
2.9 Primäre, sekundäre und tertiäre Medien	69 ✓
2.10 Medienkonkurrenz	75

3 Medieninterpretationen (Herbert Marshall McLuhan)	77
3.1 Die Gutenberg-Galaxis	77
3.2 Understanding Media oder: Das Medium ist die Botschaft	79
3.3 Das Medium ist die Massage	83
3.4 McLuhan-Rezeption	85
3.5 Kritik an McLuhans Theorien	87
4 Medienökologie (Neil Postman)	90
4.1 Langfristige Veränderungen von Öffentlichkeit	90
4.2 Neuorganisation der Erziehung und „Das Verschwinden der Kindheit“	91
4.3 Qualitative Veränderungen von Weltwahrnehmung und Verhalten	95
4.4 Postman-Rezeption	97
4.5 Kritik an Postmans Theorien	99
5 Medien- und Kommunikationsgesellschaften	103
5.1 Amerikanisierung und Kommerzialisierung	103
5.2 Nachindustrielle, funktional differenzierte Medien- und Kommunikationsgesellschaften	104
5.3 Veränderungen sozialer Verhaltensweisen	107
5.4 Mediendarstellung und Verhaltensänderung	109
6 Ein ABC der Medienentwicklungen	112
6.1 Der Mangel an medienwissenschaftlicher Forschung	112
6.2 Postjournalistische Ära, Medien und Modernität	113
6.3 Verbreitungs- und Erfolgsmedien	115
6.4 Kommunikationsgesellschaft / Weltgesellschaft	120
6.5 Verbreitungs- und Erfolgsmedien, normative Medien und Orientierungsmedien	125
6.6 Ein ABC der Medienentwicklungen	127
7 Medienvilisierung	133
7.1 Über den Prozeß der Zivilisation	133
7.2 Weiterentwicklung der Eliasschen These eines Monopolmechanismus	134
7.3 Wirklichkeitsgerechtere Orientierungsmittel	135
7.4 Medienentwicklung und Verhaltensänderung – Vier Orientierungshypothesen	136
7.5 Kommunikative und mediale Integration	138

8 Medienmodernisierung	144
8.1 Verhaltensmodell Fernsehen und Selbsterfahrung	144
8.2 Verhaltensstandards und Macht	148
8.3 Die Visualisierung von Öffentlichkeiten	152
8.4 Vernetzte Gesellschaft	154
8.5 Vernetzte Identitäten	158
8.6 Am Beginn der Dritten Modernisierung	163
8.7 Die Grenzen des Wettbewerbs	169
9 Medienpersonalisierung: Stars	173
9.1 Die Herausbildung und soziale Funktion von Stars	173
9.2 Der Aufstieg von Stars in mediengeschichtlicher Perspektive	176
9.3 Stars in vormodernen und in modernen Gesellschaften	182
9.4 Ursachen des Niedergangs von Stars	184
9.5 Scheinöffentlichkeiten	186
10 Kulturwissenschaftliche, multimediale Marketing-Kompetenz: Studiengänge für neue Medienberufe (mit Georg Schütte)	189
10.1 Ausbildungs- und Studiengänge im Überblick	190
10.2 Qualifikationserfordernisse für neue Medienberufe	193
10.3 Medienentwicklung, Medienplanung und Medienberatung	195
10.4 Neue Qualifikationsprofile und Ausbildungserfordernisse	198
Quellenhinweise und Dank	201
Verzeichnis der zitierten Literatur (darin Basisliteratur für das Medienstudium)	205