

# Inhalt

<b>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis</b>		<b>IX</b>
<b>1</b>	<b>Journalismus und Journalistik: Zum Gebrauch dieses Bandes</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Journalismus als organisationales Handlungsfeld</b>	<b>5</b>
2.1	Von Mr. Gates zur journalistischen Organisation .....	5
2.2	Journalismus als organisationales Handlungsfeld .....	9
2.2.1	Organisationale Settings im Journalismus.....	13
2.2.2	Soziale Praktiken und Produktionskulturen .....	17
2.2.3	Governanceformen .....	18
2.2.4	Soziale Einbettung.....	18
<b>3</b>	<b>Journalismus und öffentliche Kommunikation</b>	<b>21</b>
3.1	Felder öffentlicher Kommunikation .....	21
3.2	Gegenstand öffentliche Kommunikation: Merkmale .....	23
3.3	Das Feld PR in der öffentlichen Kommunikation .....	25
3.4	Das Feld Unterhaltung in der öffentlichen Kommunikation .....	28
3.5	Das Feld Werbung in der öffentlichen Kommunikation .....	32
<b>4</b>	<b>Journalismus und Medien</b>	<b>37</b>
4.1	Wurzeln der begrifflichen Unschärfe zwischen Journalismus und Medien .....	38
4.2	Journalismus und Medien auf den drei Ebenen sozialer Analyse.....	39
4.2.1	Journalismus- und/oder Medientheorien auf der Makroebene .....	39
4.2.2	Journalismus- und/oder Medientheorien auf der Mikroebene .....	41
4.2.3	Die Mesoebene: Journalismus und Medien als Organisationen .....	41
4.3	Journalismus und Medien: Ko-Orientierung .....	45
<b>5</b>	<b>Journalismus und technische Innovationen</b>	<b>47</b>
5.1	Verbreitungs- und Produktionstechnologien .....	47
5.2	Von der Druckerpresse bis zum Rundfunk – Technik und die Entfaltung von Journalismus.....	52

5.3	Beschleunigung des technischen Wandels – Digitalisierung, Internet und Medienkonvergenz.....	55
5.3.1	Elektronik und Computer in den Redaktionen.....	55
5.3.2	Digitalisierung und Internet.....	57
5.4	Statt eines Fazits: Ein Blick in die Zukunft.....	60
<b>6</b>	<b>Journalismus und Publikum</b>	<b>63</b>
6.1	Publikumsforschung – Methoden und Untersuchungen.....	64
6.1.1	Reichweitenforschung.....	65
6.1.2	Redaktionelle Forschung.....	68
6.1.3	Akademische Forschung.....	69
6.2	Funktionen, Images und Nutzung der Medien.....	70
6.2.1	Funktionen und Images.....	71
6.2.2	Reichweiten und Nutzungsdauer.....	72
6.2.3	Niedergang der Zeitung und Aufstieg des Internets.....	74
6.2.4	Nutzung des Social Web.....	75
6.3	Journalisten und ihr Verhältnis zum Publikum.....	76
<b>7</b>	<b>Journalismus und Organisation</b>	<b>81</b>
7.1	Die Journalisten – Berufsbild, Merkmale, Selbstverständnis und Moral.....	82
7.1.1	Berufsbild und soziodemografische Merkmale.....	82
7.1.2	Berufliches Selbstverständnis.....	84
7.2	Die Redaktion als zentrale Organisation im Journalismus.....	88
7.2.1	Redaktionsforschung.....	88
7.2.2	Aufbau- und Ablauforganisation in Redaktionen.....	92
7.2.3	Neuorganisation von Redaktionen.....	96
7.2.4	Redaktionsmanagement.....	98
7.3	Redaktionelle Mitbestimmung und Berufsorganisationen.....	102
<b>8</b>	<b>Journalismus und Berichterstattung</b>	<b>107</b>
8.1	Berichterstattungsmuster im Journalismus.....	108
8.2	Berichterstattung und Darstellungsformen.....	110
8.3	Berichterstattung und Selektion.....	113
<b>9</b>	<b>Ethik und Qualität im Journalismus</b>	<b>121</b>
9.1	Rechtlicher Rahmen.....	122
9.2	Ethik und Qualität – Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	123
9.3	Ethik im Journalismus.....	124
9.3.1	Journalismusethik in wissenschaftlicher Perspektive.....	124
9.3.2	Journalismusethik in der Praxis.....	126

9.4	Qualität im Journalismus.....	127
9.4.1	Qualitätsperspektiven.....	128
9.4.2	Empirische Qualitätsforschung.....	130
9.5	Durchsetzung ethischer Standards und Qualitätssicherung.....	131
<b>10</b>	<b>Journalismus und Politik</b>	<b>135</b>
10.1	Kommunikations- und Medienpolitik, politische Kommunikation: eine Begriffsbestimmung.....	136
10.2	Modelle und Metaphern der politischen Kommunikation.....	141
<b>11</b>	<b>Journalismus und Macht</b>	<b>149</b>
11.1	Zum Begriff der Macht.....	150
11.2	Journalismus und Macht: Analysedimensionen.....	151
11.2.1	Journalismus und Macht: Für wen?.....	151
11.2.2	Journalismus und Macht: Über wen oder was?.....	154
11.2.3	Macht wodurch? Machtquellen, Machtmittel und Machtausübung im Journalismus.....	154
11.2.4	Machtfigurationen im Journalismus.....	155
11.2.5	Meinungsmacht.....	159
<b>12</b>	<b>Journalismus und Kultur</b>	<b>163</b>
12.1	Journalismuskulturen.....	164
12.1.1	Kulturanthropologische Perspektive.....	165
12.1.2	Kontextuelle Perspektive.....	165
12.1.3	Empirische Perspektive.....	167
12.2	Journalismus und Populärkultur.....	171
12.3	Journalismus und kulturelles Gedächtnis.....	173
	<b>Bildnachweis</b>	<b>179</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>181</b>
	<b>Webseitenverzeichnis</b>	<b>207</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>209</b>