

# Inhalt

Vorwort .....	9
---------------	---

## Erstes Kapitel

Konstruktivismus als eine Grundlage der Medienforschung. Nachträge zum Dauerthema Konstruktivismus .....	13
1. Konstruktivismus – ein Diskurs, keine Lehre .....	13
2. Die Beobachter-Geschichte .....	15
3. Kognition und Kommunikation: Kopplungs- probleme .....	22
4. Kultur .....	<u>32</u>
5. Medien und Wirklichkeiten .....	41
6. Die Konstruktion von »Konstruktion« .....	45
7. Steuerungsgrößen im Kognitionsprozeß .....	48
8. Die Wirklichkeit der »Realität« .....	51
9. Das Problem der Selbstanwendung .....	61
10. Ethische Neutralität? .....	63

## Zweites Kapitel

### Medientheorien der Mediengesellschaften.

Auf dem Wege zur Mediengesellschaft .....	70
1. Medienwissenschaft, Medientheorie – und so weiter? .....	70
2. Medienforschung: Erster Systematisierungsversuch .....	72
3. Medienforschung: Zweiter Systematisierungsversuch .....	76
4. Konstruktivistische Perspektiven in der Kommunikations- und Medientheorie .....	80
5. Argumentationsschwerpunkte der »Medientheorie« .....	84
6. Vorschläge für ein integratives Medienkonzept .....	93
7. Mediennutzungsaspekte im kognitiven Bereich .....	104
7.1 Medien und Wissen .....	105
7.2 Medien und Gedächtnis .....	107
7.3 Medien und Affekte .....	111
7.4 Medien und Identität .....	113

8.	Mediennutzungsaspekte im sozialen Bereich	116
8.1	Vorbemerkung	116
8.2	Medien und öffentliche Meinung	117
8.3	Medien, Macht und Politik	121
8.4	Medien und Wirtschaft	132
8.5	Medien und Kunst	136
8.6	Medien und Erziehung	146
9.	Medien über Medien: Medienkritik	155
9.1	»Die Furien des Verschwindens«	155
9.2	Stichworte zur historischen Entwicklung der Medienkritik	158
9.3	Die Stelle der Medienkritik in einer konstruktivistischen Medientheorie	162
9.4	Funktionen von Medienkritik	165
9.5	Erscheinungsformen von Medienkritik	166
9.6	Verfahren der Medienkritik	168
9.7	Medienkritik im System der Handlungsdimensionen des Mediensystems	168
9.8	Medienkritik: Pro und Contra	171
10.	Medium um Medium: Medienhistoriographie	175
10.1	Auf dem Wege zur Mediengesellschaft	175
10.2	Konstanten der Medienentwicklung?	185
11.	Medien als Medienjenseits: Fernsehreligion?	195
11.1	Ein Gerücht geht um: Fernsehreligion	195
11.2	Zwischen Apokalypsegeilheit und Endzeitschauern	196
11.3	Medien und Religion: Positionen in der Debatte	199
11.4	Religion und Medien als soziale Systeme	204
11.5	Religion und Medien: Varianten von Systeminteraktionen	209
12.	Medienangebote als Mediendiessseits: Werbung	234
12.1	Werbung als soziales System	234
12.2	Werbung als Indikator soziokulturellen Wandels	238
12.3	Zur Konstruktion von Geschlechtsunterschieden	242
12.4	Zwischen Differenz und Ambivalenz. Zur Gender-Dynamik in der BRD der fünfziger, siebziger und neunziger Jahre	244

12.5	Werbung und Geschlecht. Theoretische Probleme und empirische Befunde .....	249
12.6	Mannsbilder. Zur Konstruktion von Männlichkeit in der Anzeigenwerbung .....	253
12.7	Weibsbilder. Zur Konstruktion von Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung der BRD ..	256
12.8	Seit 50 Jahren werden wir immer jünger .....	259
13.	Medienparadoxien. Ein neuer Fall für die Aufmerksamkeit .....	261
13.1	Geld ist nicht mehr alles .....	261
13.2	Aufmerksamkeit für Aufmerksamkeit .....	263
13.3	Werbung: angewandte Aufmerksamkeitstheorie	265
13.4	Paradoxien des Werbesystems .....	269
13.5	Einige Mechanismen des Mediensystems .....	271
13.6	Öffentlichkeiten .....	273
13.7	Wahrnehmungsdisziplinierung und Aufmerksamkeitspolitik .....	276

### Drittes Kapitel

#### Differenzfolie Fiktion: Bildende Kunst und Literatur.

Kunst und/als Kommunikation .....	280
-----------------------------------	-----

1.	Wie funktioniert Sprache im Kunstsystem?	
	Exempla von Intermedialität .....	280
1.1	Die Kommunikationswissenschaften kommen um die Differenzfolie Fiktion nicht herum .....	280
1.2	Kunst als System .....	282
1.3	Kunstabgriff und Kommunikation .....	286
1.4	Schrift, Sprache, Bild: Hybridbildung vs. Systeminteraktion .....	288
1.5	Kunst, Sprache, Vermittlung .....	296
2.	Kunst konstruiert Kunst? .....	299
2.1	Kunst konstruiert Kunst .....	299
2.2	Systementscheidungen und deren Konsequenzen .....	300
2.3	Über die Rolle von Medienangeboten in der Kommunikation .....	303
2.4	Differenzmanagement .....	306

3.	Kunst und Komplexität, oder: Zur Dialektik von Aufmerksamkeit und Innovation .....	307
3.1	Kunstwerke als Wahrnehmungsangebote zwischen Langeweile und Überforderung .....	307
3.2	Das Beobachtungsmuster komplex/kompliziert ..	309
3.3	Wahrnehmung vs. Wissen .....	314
3.4	Kunstwerk und Innovation .....	316
3.5	Kognitionstheoretische Perspektiven: Äquilibrierungsprozesse .....	318
3.6	Wahrnehmung und Ästhetik .....	321
4.	Literaturwissenschaft(en) als empirische Medien- kulturwissenschaft(en) .....	324
4.1	Abschied von den Nationalphilologien? .....	325
4.2	Oder gar: vale(te) Literaturwissenschaft(en)? ....	326
4.3	Ein Argumentationsdesign .....	328
4.4	Literatur – Wissenschaft .....	330
4.5	Worüber spricht eine Wissenschaft? .....	332
4.6	Worüber spricht eine Wissenschaft wie? .....	335
4.7	Symbolsystem vs. Sozialsystem Literatur .....	337
4.8	Zur Spezifik wissenschaftlichen Handelns .....	340
4.9	Zur Disziplinierung von Kommunikation in den Wissenschaften .....	344
4.10	Wissenschaftlich empirisch forschen .....	352
4.11	Literaturwissenschaft als empirische Medien- kulturwissenschaft .....	356
4.12	Machbarkeiten – Nützlichkeiten .....	359
4.13	Zur Anwendungsorientierung einer Literatur- wissenschaft als Medienkulturwissenschaft .....	361
4.14	Zum Status von »Wissen« .....	361
4.15	Wissenschaftliches Wissen und seine Anwendung .....	365
4.16	Zur Anwendbarkeit literaturwissenschaftlichen Wissens .....	370
5.	Nachbemerkung: Die Ränder nehmen zu .....	374
	Literatur .....	378
	Abbildungsverzeichnis .....	401
	Namenregister .....	402