

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	15
1. EINLEITUNG	17
2. DIE REALITÄT IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT	24
2.1 Auf der Suche nach der verlorenen Welt	24
2.1.1 <i>Die Realität in Kommunikationsmodellen</i>	25
2.1.2 <i>Realität?! Der radikale Konstruktivismus</i>	42
2.1.3 <i>Der dynamisch-transaktionale Ansatz</i>	53
2.1.4 <i>Die Nachrichtenwertforschung auf der Flucht vor der Realität</i>	58
2.1.5 <i>Agenda Setting: Themenforschung ohne Thementheorie</i>	62
2.1.6 <i>Verzerrte Realität: Weitere Forschungsgebiete</i>	65
2.2 Der letzte Mohikaner: Das Thema ›Thema‹	67
2.3 Zusammenfassung	72
3. THEORIE DES WELTBZUGSANSATZES	74
3.1 Existenzphilosophische Grundlagen	74
3.2 Existenz als Weltbezug	78
3.3 Formen des Weltbezugs	92
3.3.1 <i>Wahrnehmung</i>	95
3.3.2 <i>Kognitive Weltbezüge: Wissen, Meinungen, Einstellungen</i>	98
3.3.3 <i>Emotionen</i>	102

3.3.4	<i>Vorstellung und Traum</i>	106
3.3.5	<i>Handeln</i>	108
3.3.6	<i>Verhaltensreaktionen</i>	113
3.3.7	<i>Kommunikation</i>	114
3.3.7.1	<i>Kommunikation als indirekter Weltbezug</i>	114
3.3.7.2	<i>Produktive und rezeptive Kommunikation</i>	117
3.3.7.3	<i>Mediale Kommunikation: Entgrenzung der Welt und Begrenzung der Weltbezüge</i>	122
3.3.7.4	<i>Weltbezüge als Ziel und Wirkung von Kommunikation</i>	126
3.3.7.5	<i>Kommunikation als Weltbezugsressource</i>	130
3.4	<i>Dimensionen (kommunikativer) Weltbezüge</i>	135
3.4.1	<i>Sein oder Sollen? Deskriptive und normative Bezüge</i>	136
3.4.2	<i>Können und Müssen, Dürfen und Wollen</i>	139
3.4.3	<i>Sichere und unsichere Weltbezüge</i>	141
3.4.4	<i>Fremd- und Selbstbezug</i>	142
3.5	<i>Dimensionen der Welt</i>	145
3.5.1	<i>Drei (?) Welten</i>	146
3.5.1.1	<i>Poppers Dreiweltenlehre</i>	146
3.5.1.2	<i>Habermas' Dreiweltenlehre</i>	147
3.5.2	<i>Fakten und Fiktionen</i>	149
3.5.3	<i>Themen</i>	154
3.5.3.1	<i>Definitionsprobleme</i>	155
3.5.3.2	<i>Funktionen von Themen</i>	159
3.5.3.3	<i>Themen und Ereignisse</i>	161
3.5.3.4	<i>Themen und Beiträge</i>	162
3.5.3.5	<i>Themen und Weltbezüge</i>	163
3.5.4	<i>Systeme</i>	165
3.5.5	<i>Akteure</i>	168
3.5.6	<i>Probleme</i>	170
3.5.7	<i>Ereignisse</i>	173
3.5.8	<i>Raum und Zeit</i>	175
3.5.9	<i>Zusammenfassung</i>	180
3.6	<i>Eine allgemeine Theorie der Kommunikationswirkungen</i>	182
3.6.1	<i>Weltbezüge als Kommunikationswirkungen</i>	183
3.6.2	<i>Felder der Kommunikationswirkungen</i>	187
3.6.3	<i>Die Rezeption von Weltbezügen</i>	196

3.6.4	<i>Formen der Kommunikationswirkungen</i>	201
3.6.5	<i>Ursachen im Kommunikationsprozess</i>	213
3.6.6	<i>Intervenierende Variablen im Wirkungsprozess</i>	224
3.7	Zusammenfassung	229
4.	ANWENDUNGEN DES WELTBEZUGSANSATZES	231
4.1	Medialisierung	232
4.2	Agenda Setting	237
4.3	Framing	250
4.4	Uses and Gratifications	255
4.5	Nachrichtewertforschung	260
4.6	Weitere Anwendungsgebiete	264
4.6.1	<i>Schweigespirale</i>	264
4.6.2	<i>Wissensklutforschung</i>	266
4.6.3	<i>Mood Management</i>	268
4.7	Kritische Perspektiven	270
4.8	Zusammenfassung	273
5.	METHODISCHE IMPLIKATIONEN: DIE MESSUNG VON WELTBEZÜGEN	274
6.	SCHLUSS	281
7.	LITERATUR	287