

# I N H A L T

	Seite
<b>V O R W O R T</b>	<b>IX</b>
<b>1. JOURNALISMUSFORSCHUNG ALS TEIL DER MASSENKOMMUNIKATIONS- FORSCHUNG</b>	<b>1</b>
1.1 Journalismus: Begriffsklärung	1
1.2 Entwicklung der Journalismusforschung	5
1.3 Kurze Geschichte des Journalismus	8
<b>2. JOURNALISMUS ALS PROFESSION</b>	<b>18</b>
2.1 Job - Beruf - Profession	18
2.2 Zum Stand der Professionalisierungsforschung	20
2.3 Professioneller Journalismus	22
2.4 Gesinnungs- versus Verantwortungsethik der Journalisten	26
2.5 Probleme der Professionalisierung des Journalismus	35
2.6 Journalisten als Intellektuelle	38
2.7 Zum Sozialprestige der Journalisten	46
2.8 Ausbildungswege zum Journalismus in der Bundesrepublik Deutschland	50
<b>3. JOURNALISMUS UND GESELLSCHAFT</b>	<b>57</b>
3.1 Funktionen der Massenmedien	57
3.2 Vier Theorien der Presse	59
3.3 Journalisten als Büttel des Kapitals	62
3.4 Politik und Massenmedien	87
<b>4. TYPEN JOURNALISTISCHEN SELBSTVERSTÄNDNISSES</b>	<b>78</b>
4.1 Neutral - objektiver versus sozial engagierter Journalismus	76
4.2 Der Journalist als Mediator	80
4.3 Der Journalist als Pädagoge und als Pfadfinder	81
4.4 Der Präzisionsjournalismus	83

4.5	Der Unterhaltungsjournalismus	85
4.6	Zur Berufsethik des Journalismus	88
5.	DER SOZIALISTISCHE JOURNALISMUS	94
5.1	Marx und Engels zum Journalismus	94
5.2	Journalismus im real existierenden Sozialismus	95
5.3	Exkurs: Zur äsopischen Kommunikation	105
5.4	Die Volkskorrespondenten	108
6.	PROBLEME JOURNALISTISCHER BERUFSTÄTIGKEIT	110
6.1	Die Illusion des freien Berufs	110
6.2	Sozialisation im Beruf: Theoretische Erklärungen	114
6.3	Soziale Kontrolle in Redaktionen	125
6.4	Das Problem der inneren Pressefreiheit	129
6.5	Lokaljournalismus	131
6.6	Motive der Berufswahl und berufliches Selbstverständnis	137
6.7	Kommunikative Privilegien und Legitimationsprobleme	148
6.8	Zum Publikumsbild der Journalisten	153
6.9	Neue Techniken in den Redaktionen	158
6.10	Zur Situation von Journalistinnen	169
6.11	Journalisten im Ausland: Korrespondenten	172
7.	DIE PRODUKTION VON NACHRICHTEN	180
7.1	Die historische Dimension der Nachrichtenauswahl	180
7.2	Zum journalistischen Objektivitätsbegriff	183
7.3	Die Gatekeeper-Studien	192
7.4	Nachrichtenwerte	197
7.5	Realitätskonstruktion und 'Agenda-Setting' durch Massenkommunikation	204
7.6	Trennung von Nachricht und Meinung	215
7.7	Journalisten und Informanten	219
7.8	Objektive Berichterstattung als Verteidigungsmechanismus	222
7.9	Anmerkungen zur Nachrichtenroutine	224
7.10	Journalismus und Öffentlichkeit: Die Schweigespirale	234

<b>8.</b>	<b>SUBSIDIÄRER JOURNALISMUS ALS BERUFSFELD</b>	<b>240</b>
<b>8.1</b>	<b>Begriffsklärung: Subsidiärer Journalismus (Public Relations)</b>	<b>240</b>
<b>8.2</b>	<b>Historische Entwicklung</b>	<b>241</b>
<b>8.3</b>	<b>Aufgabenbereiche der Public Relations</b>	<b>243</b>
<b>8.4</b>	<b>Resultate ausgewählter Studien</b>	<b>246</b>
<b>9.</b>	<b>SCHLUSSBEMERKUNGEN</b>	<b>254</b>
	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>261</b>