

# **Einführung in die Medienwissenschaft**

## **Entwicklungen und Theorien**

Von  
**Peter Ludes**

Mit einer Einleitung von Jochen Hörisch

2., überarbeitete Auflage

---

**ERICH SCHMIDT VERLAG**

# Inhalt

<b>Übersicht</b> . . . . .	9
<b>Einleitung (Jochen Hörisch)</b> . . . . .	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
<b>1 Medien und Symbole</b> . . . . .	33
1.1 Multiple Symbolisierungen . . . . .	33
1.2 Kommunikation der Kulturen . . . . .	38
1.3 Visuelle Habitualisierungen . . . . .	45
<b>2 Medienentwicklungen und Medienkonkurrenz</b> . . . . .	49
2.1 Gütekriterien wissenschaftlicher Theorien . . . . .	49
2.2 Wirklichkeitsnähe . . . . .	50
2.3 Widerspruchsfreiheit . . . . .	51
2.4 Große Reichweite, Einfachheit und Fruchtbarkeit . . . . .	52
2.5 Beobachterperspektiven . . . . .	53
2.6 Nonverbale und verbale Kommunikation . . . . .	55
2.7 Die Etablierung der Druckmedien . . . . .	58
2.8 Audio-visuelle Medien . . . . .	62
2.9 Primäre, sekundäre und tertiäre Medien . . . . .	64
2.10 Medienkonkurrenz . . . . .	70
<b>3 Medieninterpretationen (Herbert Marshall McLuhan)</b> . . . . .	72
3.1 Die Gutenberg-Galaxis . . . . .	72
3.2 Understanding Media oder: Das Medium ist die Botschaft . . . . .	74
3.3 Das Medium ist die Massage . . . . .	78

3.4	McLuhan-Rezeption	80
3.5	Kritik an McLuhans Theorien	82
<b>4</b>	<b>Medienökologie (Neil Postman)</b>	<b>84</b>
4.1	Langfristige Veränderungen von Öffentlichkeit	84
4.2	Neuorganisation der Erziehung und „Das Verschwinden der Kindheit“	85
4.3	Qualitative Veränderungen von Weltwahrnehmung und Verhalten	89
4.4	Postman-Rezeption	91
4.5	Kritik an Postmans Theorien	93
<b>5</b>	<b>Ein ABC der Medienentwicklungen</b>	<b>97</b>
5.1	Der Mangel an medienwissenschaftlicher Forschung	97
5.2	Postjournalistische Ära, Medien und Modernität	98
5.3	Verbreitungs- und Erfolgsmedien	99
5.4	Kommunikationsgesellschaft / Weltgesellschaft	105
5.5	Verbreitungs- und Erfolgsmedien, normative Medien und Orientierungsmedien	110
5.6	Ein ABC der Medienentwicklungen	112
<b>6</b>	<b>Medienzivilisierung</b>	<b>118</b>
6.1	Über den Prozeß der Zivilisation	118
6.2	Weiterentwicklung der Eliasschen These eines Monopolmechanismus	119
6.3	Wirklichkeitsgerechtere Orientierungsmittel	120
6.4	Medienentwicklung und Verhaltensänderung – Vier Orientierungshypothesen	121
6.5	Kommunikative und mediale Integration	123
<b>7</b>	<b>Medienmodernisierung</b>	<b>129</b>
7.1	Verhaltensmodell Fernsehen und Selbsterfahrung	129
7.2	Verhaltensstandards und Macht	133
7.3	Die Visualisierung von Öffentlichkeiten	136
7.4	Vernetzte Gesellschaft	139
7.5	Vernetzte Identitäten	143
7.6	Am Beginn der Dritten Modernisierung	147
7.7	Die Grenzen des Wettbewerbs	154

<b>8 Medienpersonalisierung: Stars</b> . . . . .	157
8.1 Die Herausbildung und soziale Funktion von Stars . . . . .	157
8.2 Der Aufstieg von Stars in mediengeschichtlicher Perspektive . . .	160
8.3 Stars in vormodernen und in modernen Gesellschaften . . . . .	166
8.4 Ursachen des Niedergangs von Stars . . . . .	168
8.5 Scheinöffentlichkeiten . . . . .	170
<b>9 EUROPäische MedienBILDung</b> . . . . .	173
9.1 Relativ homogen . . . . .	174
9.2 Französischer und deutscher Enthusiasmus , niederländische Begeisterung, britische Verachtung und Schweizer Sonderweg . . .	176
9.3 Die soziale Bedeutung des Geldes . . . . .	180
9.4 Langfristige Voraussetzungen . . . . .	182
9.5 EuroVisionen . . . . .	185
<b>Dank</b> . . . . .	193
<b>Verzeichnis der zitierten Literatur</b> (darin Basisliteratur für das Medienstudium) . . . . .	195
<b>Links</b> . . . . .	215