

Klaus Merten

Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Bd 1/1: Grundlagen der
Kommunikationswissenschaft

LIT

INHALT

ZU DIESEM BUCH	11
PROLOG: BANALITÄT UND RELEVANZ VON KOMMUNIKATION	13
A. WAS IST WISSENSCHAFT?.....	23
1. Einführung in die Wissenschaft	23
1.1 Erkenntnisgegenstände	23
1.2 Regeln zum Umgang mit wissenschaftlichen Erkenntnisgegenständen	24
1.3 Zur Funktion von Theorien	31
1.4 Das Ziel der Wissenschaft: Bewährung statt Wahrheit	37
1.5 Personen im Wissenschaftssystem.....	39
1.6 Einrichtungen zum Speichern und Verarbeiten von Wissen	43
2. Wissenschaft als Kommunikationsprozeß	44
2.1 Semiotische Grundlagen	44
2.2 Wissenschaft als Sprachspiel.....	45
3. Klassische und transklassische Wissenschaft	48
3.1 Kommunikation als Gegenstand der Wissenschaft	48
3.2 Entwicklungen zur transklassischen Erkenntnistheorie	50
B. WAS IST KOMMUNIKATION?.....	54
4. Das klassische Paradigma: Kommunikation als Stimulus-Response ...	54
4.1 Das Stimulus-Response-Modell.....	54
4.2 Kritik des klassischen Kommunikationsmodells.....	57
4.2.1 Exkurs: Modellkonstruktion.....	57
4.2.2 Modellkritik	61
4.3 Weitere Kommunikationsmodelle	72
4.4 Zur Definition des Kommunikationsbegriffs	76
4.5 Resümee.....	80
5. Systemtheoretischer Exkurs	82
5.1 Grundbegriffe der Systemtheorie	83
5.2 Soziale Systeme	93
5.3 Konstruktivistische Annahmen: Autopoiesis, Selbstreferenz und Selbstorgani- sation.....	96
6. Kommunikation als System	101
6.1 Informelle Kommunikation.....	103
6.2 Massenkommunikation.....	109
6.3 Resümee.....	114

C. FUNKTION UND STRUKTUR VON KOMMUNIKATION118

7. Informelle Kommunikation118

7.1 Nonverbale Kommunikation 119
7.2 Verbal-nonverbale dyadische Kommunikation 120
7.3 Öffentliche informelle Kommunikation..... 121
7.4 Theoretische Ansätze der informellen Kommunikation 125
 7.4.1 Entstehung und Funktionieren von Kommunikation 126
 7.4.2 Die Theorie des kommunikativen Handelns..... 127
 7.4.3 Funktionen (Leistungen) von Kommunikation 129
 7.4.4 Wirkungen informeller Kommunikation 132

8. Massenkommunikation132

8.1 Begriff und Theorie des Mediums..... 133
 8.1.1 Zum Begriff des Mediums..... 133
 8.1.2 Medientheorie nach Heider..... 139
8.2 Theoretische Ansätze der Massenkommunikation 145
 8.2.1 Publizistikwissenschaftliche Ansätze 146
 8.2.2 Informationstheoretische Ansätze 148
 8.2.3 Nachrichtentheorie..... 152
 8.2.4 Funktionalistische Ansätze 154
 8.2.5 Politische Theorien der Massenmedien..... 155
 8.2.6 Kritische Medientheorie..... 156
 8.2.7 Materialistische Medientheorie 162
 8.2.8 Systemische Theorie der Massenkommunikation..... 170
 8.2.9 Weitere Theorien der Massenkommunikation 179
 8.2.10 Verknüpfung informeller und medialer Kommunikation 180

D. AUSDIFFERENZIERUNG DES KOMMUNIKATIONSSYSTEMS183

9. Evolution der Kommunikation183

9.1 Zur Theorie..... 183
9.2 Vom animalischen Signalverhalten zur Kommunikation..... 189
9.3 Von der Sprache zur Schrift..... 195
9.4 Von der Schrift zur Massenkommunikation..... 201
9.5 Medien und Metamedien..... 208
9.6 Evolution von Konstruktionen der Wirklichkeit 211

10. Die Evolution fiktionaler Konstrukte213

10.1 Fiktion und Realität 213
10.2 Information und Meinung 215
10.3 Medien als Quelle fiktionaler Konstrukte..... 216
10.4 Öffentlichkeit..... 217
 10.4.1 Zum Begriff von Öffentlichkeit 217
 10.4.2 Öffentlichkeit als Kommunikationsprozeß 219
 10.4.3 Öffentlichkeit: Unterstellung, daß jeder jedem Mitwissen unterstellt 223
 10.4.4 Bedrohung von Öffentlichkeit..... 230
 10.4.5 Bestandserhaltung von Öffentlichkeit 232

10.5 Öffentliche Meinung	236
10.5.1 Konzepte öffentlicher Meinung.....	236
10.5.2 Meinung und öffentliche Meinung.....	239
10.6 Meinungsführer.....	243
10.7 Image und öffentliche Meinung	243
10.7.1 Zum Begriff des Images	244
10.7.2 Funktion von Images	245
10.7.3 Image und Meinung	248
10.8 Wirklichkeit und Medienwirklichkeit	252
11. Public Relations	256
11.1 Zum Begriff von Public Relations	256
11.2 Abgrenzungen	260
11.2.1 PR versus Marketing.....	262
11.2.2 PR versus Werbung.....	263
11.2.3 PR und Journalismus.....	264
11.3 Funktionen von PR	270
11.4 Tätigkeitsfeld von und Anforderungen an PR.....	272
11.4.1 Das Tätigkeitsfeld von PR	272
11.4.2 Anforderungen an PR.....	273
11.5 PR als Wissenschaft	275
11.6 Zur Entstehung von Public Relations.....	279
11.6.1 Medienevolution und PR.....	282
11.6.2 Publicity (Propaganda).....	283
11.6.3 Human Relations und Management	285
11.6.4 PR als Konstruktion von Wirklichkeit	287
11.6.5 Resümee.....	289
E. ANALYSE VON KOMMUNIKATION/WIRKUNG	293
12. Positionen des Kommunikationsprozesses	293
12.1 Der Kommunikator	294
12.1.1 Der Kommunikator in der informellen Kommunikation	296
12.1.2 Der Kommunikator im Feld der Massenkommunikation.....	297
12.1.3 Funktionen des Kommunikators	299
12.1.4 Professionalisierung des Kommunikators	300
12.1.5 Gesellschaftliche Perspektiven	301
12.2 Die Aussage.....	304
12.2.1 Information	305
12.2.2 Meinungsbildung (Kommentar)	306
12.2.3 Unterhaltung	307
12.3 Das Medium.....	308
12.3.1 Die Entwicklung der Medien.....	309
12.3.2 Das Buch.....	310
12.3.3 Die Zeitung	311
12.3.4 Die Zeitschrift.....	315
12.3.5 Der Film.....	316
12.3.6 Der Hörfunk	317

12.3.7 Das Fernsehen.....	318
12.3.8 Die Neuen Medien.....	320
12.4. Der Rezipient.....	322
12.4.1 Der Begriff des Publikums	323
12.4.2 Die Mediennutzung des Publikums	324
12.4.3 Veränderung der Mediennutzung	328
13. Wirkungsforschung.....	331
13.1 Historischer Abriß zur Wirkungsforschung	332
13.2 Der Wirkungsbegriff	340
13.3 Kritik der Wirkungsforschung.....	341
13.3.1 Die Annahmen des Stimulus-Response-Modells.....	342
13.3.2 Das Meßproblem von Wirkungen.....	350
13.3.3 Theoretische Einbindung der Wirkungsforschung	352
13.4 Konstruktivistische Perspektiven.....	354
13.5 Ansätze der Wirkungsforschung.....	360
13.5.1 Das Stimulus-Response-Modell.....	360
13.5.2 Der Zweistufenfluß der Kommunikation.....	361
13.5.3 Der Nutzen- und Belohnungsansatz (Uses-and-Gratifications Approach).....	364
13.5.4 Der Thematisierungs-Ansatz (Agenda-Setting-Approach)	365
13.5.5 Die Theorie der Schweigespirale	372
13.5.6 Die Hypothese der wachsenden Wissenskluft (Knowledge-Gap-Hypothesis).....	374
13.5.7 Das Kontaktmodell	375
13.5.8 Wirklichkeitskonstruktion durch Medien (Cultivation Hypothesis).....	376
13.5.9 Der Third-Person-Effect.....	377
13.6 Synopsis der Ansätze	379
13.7 Messung von Wirkungen	380
13.8 Exkurs: Gewalt durch Gewalt im Fernsehen?.....	384
13.9. Medienpädagogik	388
13.9.1 Wurzeln der Medienpädagogik.....	389
13.9.2 Konzepte der Medienpädagogik	390
13.10 Perspektiven.....	392
14. Exkurs: Das Kommunikationssystem	394
14.1 Strukturen des Mediensystems.....	396
14.1.1 Selektionsstruktur des Produkts: Information.....	396
14.1.2 Rechtliche Vorgaben.....	399
14.1.3 Wirtschaftliche Strukturen	401
14.2 Kontrolle des Mediensystems	402
14.3 Einflüsse auf das Mediensystem.....	404
14.3.1 Politischer Einfluß.....	404
14.3.2 Wirtschaftliche Einflüsse	407
14.3.3 Partikuläre Einflüsse: Journalismus und PR	407
14.4 Resümee	410

F. KOMMUNIKATION GESTERN UND MORGEN	413
15. Geschichte der Kommunikation	413
15.1 Probleme der Geschichtsschreibung.....	413
15.2 Chronologie der Kommunikation	422
16. Zur Entstehung der Kommunikationswissenschaft.....	424
16.1 Die Genesis wissenschaftlicher Disziplinen.....	424
16.2 Verwissenschaftlichung von Kommunikation	426
16.3 Die Publizistikwissenschaft	431
16.3.1 Theoretische Bestände	435
16.3.2 Standortbestimmung der Publizistikwissenschaft.....	444
16.3.3 Empirische Prüfung	447
16.3.4 Sterbehilfe für die Publizistikwissenschaft?	454
16.4 Erkenntnisobjekt und Inhalte der Kommunikationswissenschaft	456
17. Perspektiven.....	464
17.1 Szenarios künftiger Kommunikation	464
17.2 Entwicklungen und Prognosen.....	469
17.2.1 Zukunft der Kommunikation: Chancen	474
17.2.2 Zukunft der Kommunikation: Gefahren	476
17.2.3 Resümee.....	480
LITERATUR.....	482
STICHWORTVERZEICHNIS	575