

Inhalt

- Rationalisierungsprozesse der Sozialen Kommunikation** · Materialien zu einem besseren Verständnis der Massenkommunikation · Von Hans Wagner 3
I. Erscheinungen der Kommunikations-Rationalisierung — 1. Das Problem: Kommunikation auf Distanz. 2. Differenzierung der Vermittlungsfunktionen. 3. Von der partner-eigenen zur partnerautonomen Vermittlung. 4. Der primäre Prozeß der Kommunikationsrationalisierung. 5. Sekundäre Kommunikationsrationalisierungen. 6. Rationalisierungsprozesse sind Konzentrationsprozesse. 7. Eine neue Definition der ‚Massenkommunikation‘ — II. Wandel der Kommunikation — Wandel der Gesellschaft 1. Publizistische Überlagerungen. 2. Die ‚Antwort‘ der Partner. 3. Fragwürdiger Rationalisierungs-Export
- Das Weltbild der Nachrichtenmedien** · Von Winfried Schulz 33
I. Nachrichtenüberfluß und Aufmerksamkeitsknappheit — II. Grenzen der Selbstselektion des Publikums — III. Ereignis und Nachricht — IV. Das Weltbild der Nachrichten — V. Dimensionen der Konstruktion von Wirklichkeit — VI. Warum sind die Nachrichten so?
- Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Meinungsfreiheit — Chancen und Grenzen einer gesellschaftlichen Kontrolle** · Von Wolfgang R. Langenbacher 46
I. Pressefreiheit und Meinungsfreiheit — II. Organisationsformen politischer Öffentlichkeit — III. Die Chancen gesellschaftlicher Kontrolle — IV. Grenzen: Organisierbarkeit der Interessen
- Medienpolitik — am Beispiel der Pressekonzentration · Ziele und Instrumente** · Von Heribert Schatz 57
I. Vorbemerkung — II. Begriff und politischer Stellenwert der Pressekonzentration — III. Das Ausmaß der Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland — IV. Die Ursachen der Pressekonzentration — V. Folgen der Pressekonzentration — VI. Medienpolitische Maßnahmen zur Begrenzung der Pressekonzentration — VII. Aktuelle medienpolitische Probleme
- Abbildung oder Konstruktion der Wirklichkeit? Politik in Nachrichtenmedien** · Überlegungen zur Planung einer Unterrichtseinheit in der Sekundarstufe II · Von Klaus Lange 71
A. Sach- und Problemanalyse: I. Probleme der empirischen Wirkungsforschung — II. Politische Funktionen der Massenmedien — III. Folgerungen für die Analyse von Nachrichten und Nachrichtenmedien — IV. Politische Einflußnahme auf Nachrichtenmedien — V. Medienpolitik und Nachrichtenproduktion
B. Didaktische Analyse: I. Voraussetzungen des Unterrichts — II. Inhalt — III. Zielgedanken — IV. Methoden und Medien
C. Planungsmodell: I. Problemkonstituierung durch Simulation von Redaktionspraxis: „Nachrichten können nicht objektiv sein“ — II. Überprüfung und Erweiterung der Eigenerfahrung durch Einblick in die reale Redaktionspraxis „Determinanten der Nachrichtenproduktion“ — III. Erweiterung der Problemsicht: „Konstruktion politischer Realität bei der Nachrichtenproduktion“ — IV. Erarbeitung von Beurteilungskriterien „Massenmedien und Demokratie“ — V. Umsetzung der Arbeitsgebiete „Nachrichtenproduktion und Medienpolitik“