

Fachwissen für Journalisten

Otfried Jarren (Hrsg.)

Medien und Journalismus 1

Eine Einführung

Westdeutscher Verlag

Inhalt Band I

I. Grundlagenwissen

Günter Bentele/Klaus Beck

Information - Kommunikation - Massenkommunikation:

Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

1. Über den Nutzen von Modellen und Fachbegriffen..... 16
2. Kommunikationstheoretische Grundbegriffe:
Information und Kommunikation 18
3. Kommunikationstheoretische Modelle 21
4. Neuere Entwicklungen in der Kommunikationstheorie 26
5. Begriffe und Modelle der Massenkommunikationstheorie 33
6. Modelle, Begriffe, Theorien - Eine Schlußbemerkung..... 42

Esther-Beate Körber/Rudolf Stöber

Geschichte der öffentlichen Kommunikation

1. Geschichte der öffentlichen Kommunikation -
Grundtendenzen und Probleme 53
2. Öffentliche Kommunikation als Gewerbe..... 54
3. Die Presse als Medium bürgerlicher Öffentlichkeit:
Von der Mitte des 18. bis zum Ende des 19. Jahrhunderts..... 60
4. Öffentliche Kommunikation im bürokratischen Massenstaat..... 72
5. Individualisierung der Massenkommunikation
seit der Mitte des 20. Jahrhunderts..... 88
6. Entwicklung der Publizistikwissenschaft als akademischer Disziplin 95
7. Die Geschichte der öffentlichen Kommunikation: Ergebnisse 97

Otfried Jarren

Medien- und Kommunikationspolitik in Deutschland.

Eine Einführung anhand ausgewählter Problembereiche

1. Theoretischer Bezugsrahmen: Politikfeld
Medien- und Kommunikationspolitik..... 108
2. Medienpolitik: Ein systematischer Überblick 111
3. Medienpolitik - Analyse anhand ausgewählter Problemfelder 116
4. Zukünftige Medienpolitik: Neue Formen der Politikkoordination? 133

Johannes Ludwig

**Medienökonomie - Eine Einführung in die ökonomischen Strukturen
und Probleme von Medienunternehmen**

1. Ökonomie der Medien: Wissenschaft oder (nur) „weites Feld“? 147
2. Untersuchungsfelder, Vorgehensweisen, Blickwinkel..... 148
3. Medienmärkte: Daten zur deutschen Medienlandschaft..... 149
4. Besonderheiten der Medienmärkte..... 160
5. Ökonomie der Tageszeitung..... 182

II. Reflexionswissen

Esther-Beate Körber/Rudolf Stöber

Geschichte des journalistischen Berufs

1. Vom „Zeitungser“ zum Publizisten.....	214
2. Der „Verlegerpublizist“ des 18. und 19. Jahrhunderts.....	216
3. Journalisten und Verleger seit dem Ende des 19. Jahrhunderts.....	218

Siegfried Weischenberg

Konzepte und Ergebnisse der Kommunikatorforschung

1. Vorbemerkungen	228
2. Journalismus als Thema der Kommunikationswissenschaft.....	229
3. Das Berufsfeld aktuelle Medienkommunikation	233
4. Die Journalistinnen und Journalisten: Merkmale und Einstellungen	237
5. Professionalisierung und Sozialisation	249
6. Die Zukunft des Journalismus.....	252

Ulrich Müller-Schöll/Stephan Ruß-Mohl

Journalismus und Ethik

1. Einführung	268
2. Ethik als „Steuerungsressource“ gesellschaftlicher Entwicklung	270
3. Empirische Untersuchungen zum Berufsethos von Journalisten	275
4. Fallstudien, Lösungsansätze, Entscheidungshilfen	285

Günter Bentele

Objektivitätsanspruch und Glaubwürdigkeit

1. Journalistische Ethik, Vertrauen und Medienglaubwürdigkeit.....	296
2. Glaubwürdigkeit und Medien.....	297
3. Medienglaubwürdigkeit in der Bundesrepublik Deutschland.....	299
4. Journalistischer Objektivitätsanspruch	303
5. Grundlagen eines kritischen Objektivitätsbegriffs	308

Stephan Ruß-Mohl

Symbiose oder Konflikt: Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus

1. Einleitung.....	314
2. PR als Gegenstand systematischer Forschung	314
3. Ausnahmezustand: Journalistische Leistungsfähigkeit und PR im Krisenfall	321
4. Zusammenfassung und Ausblick.....	322

Autorenverzeichnis	329
--------------------------	-----