

Inhalt

Vorwort (*Günter Bentele / Michael Haller*) 13

I. Öffentlichkeitsproduktion in der Kommunikationswissenschaft und in der Politik

Kommunikatorforschung: Eine kritische Diskussion

Wolfgang R. Langenbacher

WIR sind die KommunikatorInnen!

Zu einigen Scheuklappen der Journalismusforschung..... 19

Ulrich Saxer

Kommunikationsforschung und Kommunikatoren.

Konstitutionsprobleme einer publizistikwissenschaftlichen Teildisziplin

39

Hans J. Kleinsteuber

Vom analog geblendeten Kommunikationssouverän zum

digital gestärkten Interaktivisten?

55

Defizite der Kommunikationswissenschaft?

Günter Bentele

Defizitäre Wahrnehmung:

Die Herausforderung der PR an die Kommunikationswissenschaft..... 67

Elisabeth Klaus

Neue Perspektiven der Kommunikatorforschung:

Geschlecht als Erkenntnisstandpunkt

85

Politik und Medien - ein notwendig schwieriges Verhältnis?

Otfried Jarren

Politik und Medien: Einleitende Thesen zu Öffentlichkeits-

wandel, politischen Prozessen und politischer PR..... 103

Kurt Biedenkopf

Politik und Medien - ein notwendig schwieriges Verhältnis?

Zum Strukturwandel politischer Öffentlichkeit 111

II. Nachrichtenproduktion: Veränderungen in der journalistischen Informationsverarbeitung

Armin Scholl

Autonomie und Information(sverhalten) im Journalismus..... 127

Bernhard Rosenberger / Sigrun Schmid

Die Konkurrenz fest im Visier.

Die Wettbewerbsstrategien von Nachrichtenagenturen im gewandelten

Medienmarkt - ein systematischer Problemaufriß 141

Susanne Keil

Neue Medieninhalte durch Frauen in Führungspositionen?

Zur Programmgestaltung von Chefredakteurinnen,

Hauptabteilungsleiterinnen und Direktorinnen..... 155

Margret Lünenborg

Informationsverarbeitung als Ausschlußprogramm?

Erforderliche Veränderungen zur Beschreibung der

Lebenssituation von Frauen 169

III. Die Quellen: Zur Interaktion von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus

Martin Löffelholz

Dimensionen struktureller Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus.

Überlegungen zur Theorie selbstreferentieller Systeme

und Ergebnisse einer repräsentativen Studie..... 187

Peter Szyszka

Bedarf oder Bedrohung?

Zur Frage der Beziehung des Journalismus zur Öffentlichkeitsarbeit 209

Günter Bentele / Tobias Liebert / Stefan Seeling
 Von der Determination zur Intereffikation.
 Ein integriertes Modell zum Verhältnis von
 Public Relations und Journalismus..... 225

Christian Salazar-Volkman
 Gutes tun! Aber wie darüber reden?
 Zur Öffentlichkeitsarbeit entwicklungspolitischer Hilfsorganisationen ... 251

Ulrike Röttger
 Journalistische Qualifikationen in der Öffentlichkeitsarbeit.
 Inhaltsanalyse von PR-Stellenanzeigen 267

IV. Die Inhalte: Veränderungen von Qualitätskriterien und ethisch-moralischen Standards

Bernhard Debatin
 Ethische Grenzen oder Grenze der Ethik?
 Überlegungen zur Steuerungs- und Reflexionsfunktion
 der Medienethik..... 281

Barbara Thomaß
 Ethik in der Journalistenausbildung.
 Ein Vergleich französischer und deutscher Ausbildungsgänge 291

Joachim Westerbarkey
 Banalitätenbühne: Zur Publizität des Privaten 303

Christoph Neuberger
 Was ist wirklich, was ist wichtig?
 Zur Begründung von Qualitätskriterien im Journalismus 311

Georg Schütte / Joachim Friedrich Staab / Peter Ludes
 Die Visualisierung von Politik.
 Auf der Suche nach neuen Qualitätsstandards 323

Horst Pöttker
 Aktualität und Vergangenheit.
 Zur Qualität von Geschichtsjournalismus..... 335

V. Die Rezipienten: Auflösung traditioneller Rezeptionsweisen

Patrick Rössler

Agenda-Designing als individuelle Realitätsrekonstruktion.
Massenmedien, soziale Netzwerke und die politische
Tagesordnung der Rezipienten..... 349

Werner Früh / Werner Wirth

Positives und negatives Infotainment.
Zur Rezeption unterhaltsam aufbereiteter TV-Information..... 367

Joachim Friedrich Staab

Nachrichtenrezeption und emotionale Stimmung.
Eine experimentelle Studie zur Verarbeitung
von Fernsehinformationen..... 383

Lutz Goertz

Nachrichten für Generationen?
Ergebnisse zweier Feldexperimente zur Rezeption von Fernseh-
und Hörfunknachrichten..... 395

Tibor Kliment

Programmwahl und alltagskulturelle Orientierungen.
Zur Tragfähigkeit von Lebensstilanalysen bei der Analyse des
Fernsehverhaltens..... 409

VI. Der Ort: Das Lokale im Global Village

Michael Haller

Die besondere Attraktion des Lokalen:
das Wirtshaus, der Friedhof und Begegnungen der Dritten Art..... 431

Joachim Trebbe / Hans-Jürgen Weiß

Lokale Thematisierungsleistungen.
Der Beitrag privater Rundfunkprogramme zur publizistischen
Vielfalt in lokalen Kommunikationsräumen..... 445

Edith Spielhagen

Lokal-TV als neues Kommunikationsmedium
im Osten Deutschlands..... 467

Joachim R. Höflich

Kommunikation im „lokalen Cyberspace“.

Das Projekt einer Zeitungsmailbox 479

Heinz Grüne / Stephan Urlings

„Die Seele im Netz“ - Was ist dran am Online-Run.

Psychologische Bestandsaufnahme eines neuen Mediums 491

VII. Die Präsentation: Visualisierung und Virtualisierung der Medieninhalte

Knut Hickethier

Fernsehnachrichten als Erzählung der Welt.

Teilhabe und Erzählung, Visualität und Virtualität 511

Gernot Wersig

Medien, Wirklichkeiten und Visualisierung 529

Harald Berens / Lutz M. Hagen

Der Fall „Brent Spar“ in Hauptnachrichtensendungen.

Ansätze zur Operationalisierung von Qualitätskriterien für die

Bildberichterstattung 539

Joan Kristin Bleicher

Der Einsatz des digitalen Studios in Informationssendungen.

Chancen und Risiken neuer Bildtechnologien 551

Michael Haller

Vertextete oder visualisierte Information?

Zur Informationsleistung unterschiedlicher Präsentationsformen

am Beispiel „Focus“ und „Spiegel“ 561

Thomas Knieper

Mehr Mut zur Visualisierung:

Infographiken steigern das Informationspotential der Tageszeitung 577

Mike Sandbothe

Zur Semiotik der Hypertextualität.

Bild, Sprache und Schrift im World Wide Web 587

Die Autoren 595