

Hans Heinz Fabris	
Vorwort	7
Rudi Renger/Gabriele Siegert	
Hallo Weltenbummler! Eine Einleitung	9

Mediengeschichtliche und journalistische Perspektiven

Michael Schmolke	
Kommunikationsgeschichte	19
Thomas Steinmaurer	
Tele-Vision. Zur Theorie und Geschichte des Fernsehempfangs	45
Hans Heinz Fabris	
Hoher Standard. Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus	69
Rudi Renger/Franz Rest	
Design als Vision. Zur analytischen Auseinandersetzung mit printmedialen Produkten	93

Ökonomische und organisationelle Perspektiven

Manfred Knoche	
Medienkonzentration und publizistische Vielfalt. Legitimationsgrenzen des privatwirtschaftlichen Mediensystems	123
Gabriele Siegert	
Die heimliche Hauptsache. Systemtheoretische, betriebswirtschaftliche und mikroökonomische Bedeutungsdimensionen der Medien- und Publikumsforschung	159
Benno Signitzer	
Einige Linien der aktuellen Public Relations-Theorieentwicklung	183
Karin Kirchner	
Das Management der integrierten Unternehmenskommunikation. Kommunikationsoptimierungskonzepte im Vergleich	213

Technologische und ästhetische Perspektiven

Ursula Maier-Rabler/Erich Sutterlütti	
Hypertextualität als neues Informationsprinzip. Über die Auswirkungen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien auf zukünftige Wissensstrukturen	243
Alois Pluschkowitz	
Video als sozialwissenschaftliches Forschungsinstrument	267
Marie-Luise Angerer	
Who is watching? Oder: der Schock des Realen	291

Interkulturelle und interpersonelle Perspektiven

Kurt Luger	
Interkulturelle Kommunikation und kulturelle Identität im globalen Zeitalter	317
Birgit Brandner	
Städtekonkurrenz, Stadtprofilierung und Kultur. Europäische Perspektiven	347
Wilfried Scheschy	
Metaphern für die Interpersonelle Kommunikation	377

Autorinnen und Autoren	407
-------------------------------	-----