

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