

Einführung in die Publizistikwissenschaft

Bearbeitet von
Prof. Heinz Bonfadelli, Prof. Dr. Otfried Jarren, Prof. Dr. Gabriele Siebert

3. vollständig überarbeitete Auflage 2012. Taschenbuch. IX, 680 S. Softcover
ISBN 978 3 8252 2170 6
Format (B x L): 15 x 21,5 cm

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >
Kommunikationswissenschaft

Zu Leseprobe

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Heinz Bonfadelli
Otfried Jarren
Gabriele Siegert (Hg.)
Einführung
in die Publizistik-
wissenschaft

3. Auflage

Haupt

UTB



UTB 2170

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Köln · Weimar · Wien

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills

facultas.wuv · Wien

Wilhelm Fink · München

A. Francke Verlag · Tübingen und Basel

Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien

Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn

Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart

Mohr Siebeck · Tübingen

Orell Füssli Verlag · Zürich

Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel

Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich

Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart

UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz

Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen

vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Heinz Bonfadelli
Otfried Jarren
Gabriele Siegert
(Hg.)

Einführung in die Publizistikwissenschaft

3., vollständig überarbeitete Auflage

Haupt Verlag
Bern · Stuttgart · Wien

Bonfadelli, Heinz, Prof. Dr., Studium der Sozialpsychologie, Soziologie und Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich; Promotion 1980 mit einer Arbeit zur Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationswissenschaft; 1981/82 Forschungsaufenthalt an der Stanford University in Kalifornien USA. Nachher wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich. 1992 Habilitation in Publizistikwissenschaft mit einer Studie zur Wissenskult-Forschung. Seit Winter 1994 Extraordinarius und seit Winter 2000 Ordinarius für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich. Forschungsschwerpunkte: Mediennutzung und Medienwirkungen; Kinder, Jugendliche und Medien; Online-Kommunikation; Wissenschafts-/Umwelt-/Risikokommunikation.

Jarren, Otfried, Prof. Dr., Studium Universität Münster (1974–1978); Wiss. Ass. Institut für Publizistikwissenschaft der Freien Universität Berlin (1979–1987); Geschäftsführer Journalisten-Weiterbildung Fachbereich KommWiss der FU Berlin (1987–1989); o. Professor für Journalistik am Institut für Journalistik Universität Hamburg (1995–2001); seit 1997 Ordinarius am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, Forschungsschwerpunkte: Medien und sozialer Wandel; Medienstruktur und Medienorganisation; Medienpolitik; Politische Kommunikation; PR/Organisationskommunikation.

Siegert, Gabriele, Prof. Dr., Studium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (1982–1987). Wissenschaftliche Assistentin am Lehrstuhl für Soziologie und empirische Sozialforschung, Universität Augsburg (1987–1995), dort Promotion 1992. Universitätsassistentin am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg (1995–2001), dort Habilitation 2001. Vertretungsprofessorin im Bereich Medienwissenschaft der Universität Jena (1999) und am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der HMT Hannover (2000). Seit 2001 Ordinaria für Publizistikwissenschaft mit dem Schwerpunkt Medienökonomie am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Forschungsschwerpunkte: Medienökonomie; Medienmanagement; Werbung.

1. Auflage: 2001

2. Auflage: 2005

3. Auflage: 2010

Bibliografische Information der *Deutschen Nationalbibliothek*:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8252-2170-6

Alle Rechte vorbehalten.

Copyright © 2010 by Haupt Berne

Jede Art der Vervielfältigung ohne Genehmigung des Verlages ist unzulässig.

Printed in Germany

www.haupt.ch

UTB-Bestellnummer: 978–3-8252–2170–6

Vorwort

Noch Mitte der 1990er-Jahre fehlte es an Lehrbüchern und an „Einführungen“ in unser Fach. Die Publizistik-, Kommunikations- oder Medienwissenschaft war eben noch eine eher kleine Disziplin und an vielen Orten deutlich unterdotiert, obwohl schon an den meisten Universitäten in Deutschland und auch in der Schweiz Kolleginnen und Kollegen in der medien- und kommunikationsbezogenen Lehre und Forschung tätig waren. Aus Vorlesungen entwickelten sich im Laufe der Zeit erste Skripte und dann vielfach eben auch Verlagspublikationen.

Um diesem Defizit speziell in der Schweiz entgegenzuwirken, erschien 1994 noch unter der Ägide von Ulrich Saxer als „Diskussionspunkt 27“ das erste Mal die „Einführung in die Publizistikwissenschaft. Eine Textsammlung“. 1996 erschien die zweite, bearbeitete und erweiterte Auflage, und bereits zwei Jahre später wurde aufgrund der grossen Nachfrage die dritte und später sogar noch eine vierte Auflage, ergänzt und aktualisiert, herausgegeben. Die Besonderheit dieser „Textsammlung“ war, dass die in Zürich im Fach „Publizistikwissenschaft“ lehrenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sich vergleichsweise früh gemeinsam auf ein bestimmtes – interdisziplinär definiertes und sozialwissenschaftlich orientiertes – Fachverständnis verständigt hatten. Assistierende wie Professoren hatten von der ersten Auflage an gemeinsam das Werk konzipiert; die Beiträge wurden von allen Lehrenden erstellt und gemeinsam diskutiert. Die „Einführung“ hat sich damit stets weiter entwickelt. Sie konnte optimiert und verbessert werden, weil mit den Texten in Lehrveranstaltungen und bei Prüfungen Erfahrungen gesammelt wurden und eine Evaluation kontinuierlich stattfand.

2001 erschien dann in einer ersten Auflage eine neu konzipierte und um einige Lehrgebiete erweiterte „Einführung“, die auf den gesammelten Erfahrungen aufbaute. Erstmals erschien diese „Zürcher Einführung“ nicht mehr als „Diskussionspunkt“ im Institutsverlag, sondern in einem Buchverlag. Damit wurde eine grössere Verbreitung angestrebt und auch realisiert, was sich in der 2005 gedruckten zweiten Auflage äussert. Seither sind fünf Jahre vergangen, welche auch im Fach

deutliche Akzentverschiebungen nach sich gezogen haben, denen die nun vorliegende neu überarbeitete dritte Auflage Rechnung trägt. Zum einen wurde dem Internet durchgängig mehr Gewicht eingeräumt, zum anderen befasst sich ein Kapitel mit der komparativ verfahrenen Forschung.

Wir, die Herausgeber und die Autoren, begreifen unser Werk als einen Diskussionsbeitrag zur weiteren Entwicklung des fachlichen Selbstverständnisses unserer Disziplin „Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“. Der Band enthält das, was wir am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung an der Universität Zürich lehren und für unabdingbar halten für eine moderne sozialwissenschaftlich orientierte Ausbildung.

Zu danken haben wir allen beteiligten Autorinnen und Autoren für ihre anhaltende Mitwirkungsbereitschaft. Alle Beiträge wurden von Personen verfasst, die an unserem Studiengang lehren oder gelehrt haben. Ein Grossteil der Beiträge stammt von Assistierenden: Ihnen sind wir zur besonderem Dank verpflichtet, denn neben den grossen Belastungen in der Lehre und durch die hohen Anforderungen an die Weiterqualifikation war und ist ihr Zeitbudget stets knapp. Besonders herzlich zu danken haben wir Herrn Jesse Bächler, der als Assistent nicht nur alle Beiträge gelesen hat, sondern auch für die redaktionellen Arbeiten an diesem Band verantwortlich ist.

Heinz Bonfadelli / Otfried Jarren / Gabriele Siegert
Zürich, im Sommer 2010

Inhalt

KAPITEL 1

META-PERSPEKTIVEN

Heinz Bonfadelli / Otfried Jarren / Gabriele Siegert

**Publizistik- und Kommunikationswissenschaft –
ein transdisziplinäres Fach** 3

Frank Esser

**Komparative Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft** 19

Werner Wirth / Benjamin Fretwurst

**Zur Bedeutung der empirischen Methoden in der
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft** 57

KAPITEL 2

GRUNDLAGEN, THEORIEN UND MODELLE

Edzard Schade / Matthias Künzler

Kommunikations- und Mediengeschichte 77

Heinz Bonfadelli

**Was ist öffentliche Kommunikation?
Grundbegriffe und Modelle** 111

Patrick Donges / Martina Leonarz / Werner A. Meier

Theorien und theoretische Perspektiven 143

Patrick Donges / Kurt Imhof	
Öffentlichkeit im Wandel	183

KAPITEL 3

SYSTEME UND STRUKTUREN

Matthias Künzler / Otfried Jarren	
Mediensysteme – Medienorganisationen	215

Werner A. Meier / Josef Trappel / Gabriele Siegert	
Medienökonomie	239

Manuel Puppis / Michael Latzer / Otfried Jarren	
Medien- und Kommunikationspolitik	271

Rolf H. Weber	
Medien- und Kommunikationsrecht	307

KAPITEL 4

AKTEURE UND PROZESSE

Vinzenz Wyss / Guido Keel	
Journalismusforschung	337

Ulrike Röttger	
Public Relations	379

Patrick Donges / Otfried Jarren	
Politische Kommunikation – Akteure und Prozesse	405

KAPITEL 5

MEDIEN UND INHALTE

Urs Dahinden / Josef Trappel

Mediengattungen und Medienformate 433

Frank Marcinkowski / Mirko Marr

Medieninhalte und Medieninhaltsforschung 477

Gabriele Siegert / Werner A. Meier / Josef Trappel

**Auswirkungen der Ökonomisierung
auf Medien und Inhalte** 517

KAPITEL 6

NUTZUNG, REZEPTION, WIRKUNG

Mirko Marr / Heinz Bonfadelli

Mediennutzungsforschung 545

Werner Wirth / Holger Schramm

Medienrezeptionsforschung 575

Heinz Bonfadelli / Thomas N. Friemel / Werner Wirth

Medienwirkungsforschung 605

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren 657

Register 663