

MAXIMILIAN GOTTSCHLICH /
WOLFGANG R. LANGENBUCHER (Hg.)

PUBLIZISTIK- UND KOMMUNIKATIONS- WISSENSCHAFT

EIN TEXTBUCH ZUR EINFÜHRUNG



WILHELM BRAUMÜLLER • WIEN

Universitäts-Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H.

Inhalt

Einleitung	1
I. Wissenschaftstheoretische Grundlagen	
Heinrich Rombach Wissenschaft und Wissenschaftstheorie	3
Friedrich H. Tenbruck Das Dilemma der Sozialwissenschaften	13
Karl R. Popper Prognose und Prophetie in den Sozialwissenschaften	30
II. Theorie- und Begriffskonzepte gesellschaftlicher Kommunikation	
Frieder Naschold Kommunikationstheorien	41
Klaus Krippendorf Schritte zu einer konstruktivistischen Erkenntnistheorie der Massen- kommunikation	73
Michael Jäckel Interaktion Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff	98
Friedrich Krotz Elektronisch mediatisierte Kommunikation Überlegungen zur Konzeption einiger zukünftiger Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft	111
III. Beispiele kommunikationswissenschaftlicher Forschung	
Einleitung	128
Horst Reimann Die Anfänge der Kommunikationsforschung Entstehungsbedingungen und gemeinsame europäisch-amerikanische Entwicklungslinien im Spannungsfeld von Soziologie und Zeitungs- wissenschaft	131
Max Weber Zu einer Soziologie des Zeitungswesens	148
Lutz Erbring Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation Journalistische Berufsnormen und politische Kultur	155

Johannes Ludwig Wie sich publizistische Hochkultur „rechnet“ Ein ökonomisches Porträt der ‚Zeit‘	167
Maximilian Gottschlich Ökologie und Medien Ein Neuansatz zur Überprüfung der Thematisierungsfunktion der Medien	186
Michael Haller Wie wissenschaftlich ist Wissenschaftsjournalismus? Zum Problem wissenschaftsbezogener Arbeitsmethoden im tagesaktuellen Journalismus	202
Marie-Luise Kiefer Medienkomplementarität und Medienkonkurrenz Notizen zum weitgehend ungeklärten „Wettbewerbsverhältnis“ der Medien .	218

IV. Die Kommunikationswissenschaft und ihre Teildisziplinen (Lektürehinweise)

1. Kommunikationstheorie	231
2. Methoden der empirischen Kommunikationsforschung	233
3. Medienlehre und Medienkunde	234
4. Kommunikations- und Mediengeschichte	236
5. Kommunikations- und Medienpolitik	237
6. Kommunikations- und Medienökonomie	238
7. Kommunikations- und Medienpraxis	240

V. Zur Einführung in das Studium

1. Berufskunde	242
2. Kommunikationswissenschaftliche Propädeutik	243
3. Bibliographische Hilfsmittel	243
4. Fachliche Nachschlagewerke	244
5. Fachzeitschriften	244

Die Autor/inn/en	246
----------------------------	-----