

**Einführung
in die Medienwissenschaft
Entwicklungen und Theorien**

Von
Peter Ludes

Mit einer Einleitung von Jochen Hörisch

ERICH SCHMIDT VERLAG

Inhalt

Übersicht	9
Einleitung (Jochen Hörisch, Mannheim)	11
1 Jenseits der Gutenberg-Galaxis	11
2 The medium is the message	14
3 Vom Sinn zu den Sinnen	16
4 Wahrnehmung ODER Kommunikation	19
5 Versammlung oder Zerstreuung	20
6 Medienschelte - Medienlob	24
7 Die Zivilisierung der Medientechnologie	27
1 Für eine integrierte Medien- und Kommunikationswissenschaft (mit Georg Schütte)	33
1.1 Viele Medien - eine Wissenschaft	33
1.2 Zwischen Fragmentierung und Zusammenhalt	35
1.3 Fächer und Programme (in den USA)	37
1.4 Forderungen für die weitere Entwicklung	38
1.5 Medien: Kanäle / Sprachen / Umwelten	40
1.6 Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft (in der BRD und der DDR)	43
1.7 Kultur-/ Medien-/ Literaturwissenschaft	46
1.8 Spielräume und Konkurrenz multimedialer Entwicklungen	51
2 Medienentwicklungen und Medienkonkurrenz	54
2.1 Gütekriterien wissenschaftlicher Theorien	54
2.2 Wirklichkeitsnähe	55
2.3 Widerspruchsfreiheit	56
2.4 Große Reichweite, Einfachheit und Fruchtbarkeit	57
2.5 Beobachterperspektiven	58
2.6 Nonverbale und verbale Kommunikation	60
2.7 Die Etablierung der Druckmedien	63
2.8 Audio-visuelle Medien	67
2.9 Primäre, sekundäre und tertiäre Medien	69
2.10 Medienkonkurrenz	75

3 Medieninterpretationen (Herbert Marshall McLuhan)	77
3.1 Die Gutenberg-Galaxis	77
3.2 Understanding Media oder: Das Medium ist die Botschaft	79
3.3 Das Medium ist die Massage	83
3.4 McLuhan-Rezeption	85
3.5 Kritik an McLuhans Theorien	87
4 Medienökologie (Neil Postman)	90
4.1 Langfristige Veränderungen von Öffentlichkeit	90
4.2 Neuorganisation der Erziehung und „Das Verschwinden der Kindheit“	91
4.3 Qualitative Veränderungen von Weltwahrnehmung und Verhalten	95
4.4 Postman-Rezeption	97
4.5 Kritik an Postmans Theorien	99
5 Medien- und Kommunikationsgesellschaften	103
5.1 Amerikanisierung und Kommerzialisierung	103
5.2 Nachindustrielle, funktional differenzierte Medien- und Kommunikationsgesellschaften	104
5.3 Veränderungen sozialer Verhaltensweisen	107
5.4 Mediendarstellung und Verhaltensänderung	109
6 Ein ABC der Medienentwicklungen	112
6.1 Der Mangel an medienwissenschaftlicher Forschung	112
6.2 Postjournalistische Ära, Medien und Modernität	113
6.3 Verbreitungs- und Erfolgsmedien	115
6.4 Kommunikationsgesellschaft / Weltgesellschaft	120
6.5 Verbreitungs- und Erfolgsmedien, normative Medien und Orientierungsmedien	125
6.6 Ein ABC der Medienentwicklungen	127
7 Medienzivilisierung	133
7.1 Über den Prozeß der Zivilisation	133
7.2 Weiterentwicklung der Eliasschen These eines Monopolmechanismus	134
7.3 Wirklichkeitsgerechtere Orientierungsmittel	135
7.4 Medienentwicklung und Verhaltensänderung - Vier Orientierungshypothesen	136
7.5 Kommunikative und mediale Integration	138

8 Medienmodernisierung144
8.1 Verhaltensmodell Fernsehen und Selbsterfahrung144
8.2 Verhaltensstandards und Macht148
8.3 Die Visualisierung von Öffentlichkeiten152
8.4 Vernetzte Gesellschaft154
8.5 Vernetzte Identitäten158
8.6 Am Beginn der Dritten Modernisierung163
8.7 Die Grenzen des Wettbewerbs169
9 Medienpersonalisierung: Stars173
9.1 Die Herausbildung und soziale Funktion von Stars173
9.2 Der Aufstieg von Stars in mediengeschichtlicher Perspektive176
9.3 Stars in vormodernen und in modernen Gesellschaften182
9.4 Ursachen des Niedergangs von Stars184
9.5 Scheinöffentlichkeiten186
10 Kulturwissenschaftliche, multimediale Marketing-Kompetenz: Studiengänge für neue Medienberufe (mit Georg Schütte)189
10.1 Ausbildungs- und Studiengänge im Überblick190
10.2 Qualifikationserfordernisse für neue Medienberufe193
10.3 Medienentwicklung, Medienplanung und Medienberatung195
10.4 Neue Qualifikationsprofile und Ausbildungserfordernisse198
Quellenhinweise und Dank201
Verzeichnis der zitierten Literatur (darin Basisliteratur für das Medienstudium).205