

Klaus Merten · Siegfried J. Schmidt
Siegfried Weischenberg (Hrsg.)

Die Wirklichkeit der Medien

*Eine Einführung in die
Kommunikationswissenschaft*

Westdeutscher Verlag

Inhalt

| | |
|--------------------|---|
| Vorbemerkung | 1 |
|--------------------|---|

| | |
|---|---|
| I. Grundlagen der Medienkommunikation | 3 |
|---|---|

SIEGFRIED J. SCHMIDT

| | |
|---|----|
| X Die Wirklichkeit des Beobachters | 3 |
| Vorbemerkung | 3 |
| 1. Was ist Konstruktivismus - was heißt Konstruktivismus? | 3 |
| 2. Wirklichkeit und Beobachten | 6 |
| 3. Wirklichkeit und Beobachter | 8 |
| 4. Kognitionstheorie: Rationalistisch halbiert? | 10 |
| 5. Wie verlässlich sind unsere Wirklichkeitskonstruktionen? | 12 |
| 6. Wirklichkeitskonstruktion und Massenmedien | 14 |

PETER KRUSE/MICHAEL STADLER

| | |
|---|----|
| Der psychische Apparat des Menschen | 20 |
| 1. Erkenntnistheoretische Position | 20 |
| 2. Psychologische Metatheorien | 22 |
| 2.1 Realismus | 23 |
| 2.2 Konstruktivismus | 25 |
| 3. Psychologische Phänomene | 28 |
| 3.1 Instabilität und Ambiguität | 30 |
| 3.2 Wirklichkeitsempfinden und Wirklichkeitskriterien | 36 |
| 4. Einige abschließende Bemerkungen | 40 |

PETER M. HEJL

| | |
|--|----|
| Soziale Konstruktion von Wirklichkeit | 43 |
| Einleitung | 43 |
| 1. Zur Evolution der sozialen Wirklichkeitskonstruktionen | 49 |
| 2. Soziale Differenzierung und Differenzierung der Wissensproduktion | 53 |
| 3. Zusammenfassung | 57 |

GEBHARD RUSCH

| | |
|---|----|
| Kommunikation und Verstehen | 60 |
| Kognition und Aktion | 60 |
| Interaktion | 63 |
| Kommunikation: Orientierungsinteraktion | 65 |
| Konvention | 68 |
| Wirklichkeit | 70 |
| Meinen und Verstehen | 71 |
| Verbale Kommunikation: Natürliche Sprache | 75 |
| Schriftsprache | 75 |
| Audio-visuelle und elektronische Medien | 77 |

KLAUS KRIPPENDORFF

Der verschwundene Bote.

| | |
|---|-----|
| Metaphern und Modelle der Kommunikation | 79 |
| Problemeinstieg | 79 |
| 1. Alte Vorstellungen von Kommunikation | 80 |
| 2. Metaphern der Kommunikation | 85 |
| 2.1 Die Metapher der Übertragung von Botschaften | 85 |
| 2.2 Die Container-Metapher | 86 |
| 2.3 Die Metapher des Mitteilens von Gemeinsamkeiten (cognitive sharing) | 88 |
| 2.4 Die Metapher vom Argument als Krieg | 90 |
| 2.5 Die Metapher vom Kanal oder: Der Fluß der Signale | 91 |
| 2.6 Die mathematische Theorie der Kommunikation (Informationstheorie) | 92 |
| 2.7 Die Kontroll-Metapher | 94 |
| 3. Sind wir Opfer unserer Metaphern? | 96 |
| 4. Eine konstruktivistische Auffassung von Kommunikation und ihrer Erforschung | 101 |

ALEIDA ASSMANN/JAN ASSMANN

Das Gestern im Heute.

| | |
|--|-----|
| Medien und soziales Gedächtnis | 114 |
| 1. Grundlagen des sozialen Gedächtnisses | 114 |
| Vorbemerkung | 114 |
| 1.1 Koordination und Kontinuierung: Die synchrone und die diachrone Dimension der Kultur..... | 114 |
| 1.2 Kultur als Gedächtnis | 116 |
| 1.3 Maurice Halbwachs' Theorie vom Sozialen Gedächtnis | 117 |
| 2. Formationen des sozialen Gedächtnisses | 119 |
| 2.1 Kommunikatives Kurzzeit-Gedächtnis und kulturelles Langzeit-Gedächtnis | 119 |
| 2.2 Bewohntes Funktions-Gedächtnis und unbewohntes Speicher-Gedächtnis | 121 |
| 3. Funktionen des sozialen Gedächtnisses | 124 |
| 3.1 Motive des Funktions-Gedächtnisses: Legitimation, Delegitimation, Distinktion | 124 |
| 3.2 Eigenschaften des Speicher-Gedächtnisses: Distanzierung, Zweizeitigkeit, Individualisierung | 127 |
| 4. Die Medien-Evolution und der Wandel sozialer Gedächtnisstrukturen | 130 |
| 4.1 Oralität/Literalität | 130 |
| 4.2 Handschriftlichkeit und Druckschriftlichkeit | 135 |
| 4.3 Von der Buchkultur zum elektronischen Zeitalter | 137 |

II. Wirklichkeitskonstruktion durch Medien 141

KLAUS MERTEN

| | |
|--|-----|
| Evolution der Kommunikation | 141 |
| 1. Aufriß | 141 |
| 2. Vom animalischen Signalverhalten zur sprachlichen Kommunikation | 143 |
| 3. Von der Sprache zur Schrift | 147 |

| | |
|--|-----|
| 4. Technische Medien: Massenkommunikation | 149 |
| 4.1 Entstehung der Massenmedien. Kommunikative Leistungen: Temporale Indifferenz, Zugänglichkeit für alle | 150 |
| 4.2 Beschleunigung der Evolution der Massenmedien | 153 |
| 5. Medien und Meta-Medien | 155 |
| 6. Evolution von Konstruktionen der Wirklichkeit | 158 |

MONIKA ELSNER/ HANS ULRICH GUMBRECHT
 THOMAS MÜLLER/PETER M. SPANGENBERG

| | |
|---|-----|
| Zur Kulturgeschichte der Medien | 163 |
| Vorbemerkung | 163 |
| 1. Medienevolution und ihre Geschichtsschreibung | 163 |
| 1.1 Objektbereich: Kommunikationsmedien | 163 |
| 1.2 Beobachtungsperspektive: Die Materialität von Kommunikation | 164 |
| 1.3 Beschreibungshorizont: Die mentalitätsgeschichtliche Dimension der Medienanalyse | 166 |
| 2. Von der Manuskriptkultur zum Buchdruck | 167 |
| 2.1 Manuskripte und christliche Weltordnung | 168 |
| 2.2 Die Verkörperung von Schrift | 170 |
| 2.3 Bücher als universelle Speichermedien | 172 |
| 2.4 Buchdruck und der ‚Abschied‘ vom Körper | 172 |
| 3. Körpererfahrung und Medienwirkung | 174 |
| 3.1 Inszenierungen von Authentizität | 176 |
| 3.2 Imaginierte Nähe und distanzierte Körper | 178 |
| 4. Institutionalisierung des Fernsehens in den fünfziger Jahren | 181 |
| 4.1 Mediales Dabei-Sein | 182 |
| 4.2 Die Entstehung der Fernseh-Wirklichkeit | 184 |
| 4.3 Medial vermittelte Nähe | 186 |

KLAUS MERTEN/JOACHIM WESTERBARKEY

| | |
|--|-----|
| Public Opinion und Public Relations | 188 |
| 1. Aufriß | 188 |
| 2. Geheimnisse | 192 |
| 2.1 Masken | 193 |
| 2.2 Systemgeheimnisse | 193 |
| 2.3 Machtfragen | 194 |
| 2.4 Funktion von Geheimnissen | 195 |
| 3. Öffentlichkeit | 196 |
| 3.1 Segmentäre Öffentlichkeit | 196 |
| 3.2 Bürgerliche Öffentlichkeit | 197 |
| 3.3 Virtuelle Öffentlichkeit | 198 |
| 3.4 Funktionale Öffentlichkeit | 199 |
| 4. Öffentliche Meinung | 200 |
| 4.1 Öffentliche Meinung als Fiktion | 201 |
| 4.2 Messung öffentlicher Meinung | 203 |
| 5. Public Relations | 205 |
| 5.1 Die Konstruktion von Images | 206 |
| 5.2 Public Relations als Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten | 208 |
| 5.3 Probleme von PR | 210 |

SIEGFRIED J. SCHMIDT/SIEGFRIED WEISCHENBERG

Mediengattungen, Berichterstattungsmuster,
Darstellungsformen

| | |
|--|-----|
| 1. Der Umgang mit Medienangeboten | 212 |
| 2. Kognitive Schemata | 213 |
| 3. Medienschemata | 216 |
| 4. Alte Fragen - neue Antworten? | 220 |
| 5. Medienschemata im Journalismus | 223 |
| 6. Zur „Objektivität“ der Objektiven Berichterstattung | 225 |
| 7. Objektive Berichterstattung als „strategisches Ritual“ | 227 |
| 8. Alternative Berichterstattungsmuster | 229 |
| 9. Darstellungsformen im Nachrichtenjournalismus | 232 |
| 10. Journalistische Genres und journalistische Wahrnehmung | 235 |

GEORG RUHRMANN

Ereignis, Nachricht und Rezipient

| | |
|--|-----|
| 1. Fragestellung | 237 |
| 2. Vom Ereignis zur Nachricht | 237 |
| 2.1 „Nachrichtenfaktoren“ | 238 |
| 2.2 Kritik am „Nachrichtenfaktoren“- Ansatz | 240 |
| 2.3 „Aktualität“ als Auswahlkriterium | 241 |
| 2.3.1 Ausdifferenzierung und Steigerung zeitlicher Selektivität | 242 |
| 2.3.2 Ausdifferenzierung und Steigerung sachlicher Selektivität | 242 |
| 2.3.3 Ausdifferenzierung und Steigerung sozialer Selektivität | 243 |
| 3. Strategien des Nachrichtenschreibens | 244 |
| 4. Nachrichtenrezeption | 245 |
| 5. Konstruktion sozialer Wirklichkeit durch Nachrichtenrezipienten | 246 |
| 5.1 Nachrichtenwiedergabe | 246 |
| 5.2 Kontext der Nachrichtenwiedergabe | 247 |
| 5.3 Rezipienten erzählen Nachrichten: Acht Beispiele | 248 |
| 5.4 Rezipiententypologie | 251 |
| Resümee | 255 |
| 6. Zusammenfassung und Ausblick | 255 |

IRENE NEVERLA

Männerwelten - Frauenwelten.

Wirklichkeitsmodelle, Geschlechterrollen,

Chancenverteilung

| | |
|--|-----|
| Vorbemerkungen | 257 |
| 1. Öffentlichkeit als Szenario der Männerwelt | 259 |
| 2. Medieninhalte und Wirklichkeitsmodelle | 261 |
| 2.1 Fernsehen | 262 |
| 2.2 Tageszeitungen | 263 |
| 2.3 Frauenzeitschriften | 264 |
| 2.4 Diskursformen im Fernsehen | 265 |
| 3. Zur Rezeption der Medienangebote | 267 |
| 4. Frauen im Journalismus | 271 |
| 4.1 Arbeitsmarkt und Arbeitsbedingungen | 271 |
| 5. Orientierungsmuster und Kommunikationsstile | 274 |

MICHAEL HALLER

Recherche und Nachrichtenproduktion als Konstruktionsprozesse

| | |
|--|-----|
| Vorbemerkungen | 277 |
| 1. Journalisten und Medienwelten | 278 |
| 2. Nachrichtlicher Journalismus | 280 |
| 2.1 Der rechtsnormative Ansatz | 280 |
| 2.2 Der pragmatische Ansatz | 282 |
| 3. Konstruktivismus und Recherche | 283 |
| 4. Konstruktivistisch begründete Handlungsregeln | 287 |
| 5. Nachrichtenselektion: Eine Art Wahrnehmung? | 288 |

III. Wirkungen der Medien

KLAUS MERTEN

Wirkungen von Kommunikation

| | |
|---|-----|
| 1. Der Begriff der Wirkung | 291 |
| 1.1 Zur Abgrenzung des Wirkungsbegriffs | 292 |
| 1.2 Zur Definition des Wirkungsbegriffs | 294 |
| 2. Kritik der Wirkungsforschung | 296 |
| 2.1 Die Annahmen des Stimulus-Response-Modells | 296 |
| 2.1.1 Transitivity versus Systemizität | 296 |
| 2.1.2 Proportionalität versus Selektivität | 297 |
| 2.1.3 Kausalität versus Reflexivität | 300 |
| 2.2 Das Meßproblem | 303 |
| 2.3 Theoretische Einbindung der Wirkungsforschung | 307 |
| 3. Konstruktivistische Perspektiven | 309 |
| 4. Ansätze der Wirkungsforschung | 313 |
| 4.1 Der Zweistufenfluß der Kommunikation | 315 |
| 4.2 Der Nutzen- und Belohnungsansatz (uses-and-gratifications-Approach) | 317 |
| 4.3 Der Thematisierungs-Ansatz (Agenda-Setting-Approach) | 318 |
| 4.4 Die Theorie der Schweigespirale | 320 |
| 4.5 Die Hypothese der wachsenden Wissenskluff | 322 |
| 4.6 Der transaktionale Ansatz | 324 |
| 4.7 Das Kontaktmodell | 324 |
| 4.8 Synopsis der Ansätze | 325 |
| 5. Perspektiven | 326 |

HANS PETER PETERS

Risikokommunikation in den Medien

| | |
|---|-----|
| 1. „Risiken“ als Kennzeichen moderner Industriegesellschaften | 329 |
| 2. Darstellung technischer Risiken in den Medien | 330 |
| 2.1 Medienberichterstattung und „Risikowirklichkeit“ | 330 |
| 2.2 Erwartungen an die Risikoberichterstattung | 332 |
| 2.3 Gegenstände journalistischer Berichterstattung | 335 |
| 2.4 Korrektheit von Risikoinformationen in Massenmedien | 336 |

| | |
|---|-----|
| 3. Massenmediale Vermittlung zwischen Risikoexperten und Laien | 338 |
| 3.1 „Risiko“ aus Expertensicht | 338 |
| 3.2 „Risikowahrnehmung“ bei Laien | 340 |
| 3.3 Unterschiede zwischen alltags sprachlichem und technischem Risikobegriff..... | 342 |
| 3.4 Journalisten zwischen Quellen- und Rezipientenerwartungen | 344 |
| 4. Massenmedien in Risikokontroversen | 346 |
| 4.1 Streit zwischen Experten und Gegenexperten | 346 |
| 4.2 Modelle der Berichterstattung über kontroverse Risiken | 347 |
| 4.3 Einfluß der Medien in Risikokontroversen | 347 |
| 5. Ansätze zur Verbesserung der Risikokommunikation | 348 |

DAGMAR KREBS

| | |
|---|-----|
| Gewalt und Pornographie im Fernsehen - Verführung oder Therapie? | 352 |
| 1. Allgemeine Einführung | 352 |
| 2. Gewalt und Pornographie als Forschungsgegenstand | 353 |
| 2.1 Pornographie in den Medien | 353 |
| 2.2 Aggression und Gewalt im Fernsehen | 354 |
| 3. Erklärende (unabhängige) und erklärte (abhängige) Variablen in der Wirkungsforschung | 355 |
| 3.1 Abhängige Variablen | 356 |
| 3.1.1 Aggressive Handlungen oder Einstellungen..... | 356 |
| 3.1.2 Strukturelle Gewalt..... | 358 |
| 3.1.3 Pornographie..... | 358 |
| 3.2 Unabhängige Variablen: Struktur und Inhalte von Gewaltdarstellungen..... | 359 |
| 3.3 Intervenierende Variablen im Wirkungsprozeß | 361 |
| 4. Modellvorstellungen des Wirkungsprozesses | 362 |
| 5. Die theoretische Erklärung der Wirkungen von Gewaltdarstellungen | 363 |
| 5.1 Kognitive soziale Lerntheorie | 364 |
| 5.2 Einzelthesen zur Erklärung der Wirkungen von Gewaltdarstellungen | 365 |
| 6. Methoden der Wirkungsforschung: Labor- versus Feldstudien..... | 369 |
| 7. Beschreibung ausgewählter Untersuchungen zur Feststellung der Wirkungen von Gewalt- und Pornographiedarstellungen | 371 |
| 7.1 Wirkungen von Pornographiedarstellungen: ein Feldexperiment | 371 |
| 7.2 Wirkungen von Gewaltdarstellungen auf Einstellungen zu aggressiven Handlungen | 372 |
| 8. Forschungsergebnisse und ihre Evaluation | 374 |

BETTINA HURRELMANN

| | |
|--|-----|
| Kinder und Medien | 377 |
| 1. Medienumwelt und Medienalltag von Kindern..... | 377 |
| 2. Medien und Kulturwaren für Kinder im Verbund | 380 |
| 3. Mediennutzung von Kindern | 382 |
| 4. Medien und Sozialisation – eine kritische Diskussion gängiger Wirkungsthesen | 385 |
| 5. Der Begriff der Mediensozialisation | 386 |
| 6. Sozialisation durch Medien..... | 388 |
| 7. Mediensozialisation im Familienkontext oder: Wie Familien mit dem Fernsehen umgehen | 399 |
| 8. Soziale Funktionen des Fernsehens im Familienzusammenhang..... | 401 |
| 9. Familienvoraussetzungen und Fernsehgebrauch – mögliche Rückwirkungen des Medienwandels auf die Familieninteraktion | 404 |
| 10. Fernsehkonsum und erweitertes Fernsehangebot | 406 |

BRIGITTE SPIESS

| | |
|--|-----|
| Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung | 408 |
| 1. Anmerkungen zum Forschungsstand | 408 |
| 2. Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung – woher sie kommen | 409 |
| 3. Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung – worauf sie verweisen | 411 |
| 3.1 Zielsetzung und Anlage der empirischen Studie | 411 |
| Auswahl des Analysematerials | 411 |
| Untersuchungskriterien | 412 |
| 3.2 Ausgewählte Untersuchungsergebnisse | 413 |
| Klischee: Alte Frau | 413 |
| Klischee: Ehefrau und Mutter | 415 |
| Frauenbild der 50er Jahre | 415 |
| Frauenbild der 90er Jahre | 415 |
| Klischee: Berufstätige Frau | 416 |
| Klischee: Selbstbewußte, sich selbst verwirklichende Frau | 417 |
| Klischee: Junge Individualistin | 418 |
| Klischee: Aggressive Frau | 419 |
| Klischee: Coole Frau, androgyne Frau | 419 |
| Klischee: Schöne Frau (Schönheitsideal) | 420 |
| 4. Weiblichkeitsbilder in der Fernsehwerbung – zwischen Konvention und Innovation | 422 |
| ANHANG | 426 |

IV. Medienstrukturen und Mediendynamik

SIEGFRIED WEISCHENBERG

| | |
|--|-----|
| Journalismus als soziales System | 427 |
| 1. Journalisten und Journalismus | 427 |
| 2. Journalismus in systemtheoretischer Perspektive | 429 |
| 3. Historische und rechtliche Grundlagen des Journalismus | 432 |
| 4. Organisationsformen und Entscheidungsstrukturen | 435 |
| 5. Legitimations- und Glaubwürdigkeitsprobleme im Journalismus | 440 |
| 6. Berufstypologie und Sozialisation im Journalismus | 444 |
| 7. Journalismus und Verantwortung | 451 |

SIEGFRIED WEISCHENBERG/ ULRICH HIENZSCH

| | |
|--|-----|
| Die Entwicklung der Medientechnik | 455 |
| Vorbemerkungen | 455 |
| 1. Entwicklungslinien der Medientechnik | 457 |
| 2. Die Mechanisierung des Schreibens | 459 |
| 2.1 Gutenberg: Letternsatz und Buchdruck | 459 |
| 2.2 Koenig: Schnellpresse mit Dampfkraft | 460 |
| 2.3 Mergenthaler: Zeilenguß mit der Linotype | 461 |
| 3. Die Techniken der Nachrichtenübermittlung | 462 |
| 3.1 Optische Telegraphie und erste nationale Netze | 462 |
| 3.2 Elektrische Telegraphie | 463 |
| 3.3 Die Systeme der Nachrichten- und Zeitungstechnik | 467 |
| 4. Die Medientechniken des 20. Jahrhunderts | 468 |
| 4.1 Hörfunk und Fernsehen | 468 |
| 4.2 EDV-Technik als Kommunikationstechnik | 470 |

| | |
|--|-----|
| 5. Merkmale und Folgen elektronischer Medienproduktion | 472 |
| 5.1 Neue Technik bei den Tageszeitungen | 472 |
| 5.2 Nachrichtenagenturen als Schrittmacher der Medientechnik | 474 |
| 5.3 Elektronische Berichterstattung (EB) beim Fernsehen | 475 |
| 6. Das Supersystem: Elektronische Aussagenproduktion (EAP)..... | 478 |

JÜRGEN PROTT

Ökonomie und Organisation der Medien

| | |
|--|-----|
| 1. Wirtschaftliche Grundlagen und institutionelle Differenzierungen des Mediensystems | 481 |
| 2. Ökonomische Tendenzen der Presse und Probleme der inneren Pressefreiheit | 485 |
| 3. Wirtschaftliche Grundlagen des Rundfunks und Probleme der inneren Rundfunkfreiheit | 495 |
| 4. Fortschreitende Kommerzialisierung: Risiko oder Chance für das Mediensystem?..... | 503 |

HORST RÖPER

Das Mediensystem der Bundesrepublik

Deutschland

| | |
|--|-----|
| Vorbemerkungen | 506 |
| 1. Printmedien | 507 |
| 1.1 Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg | 507 |
| 1.2 Zur aktuellen Struktur der Printmedien | 509 |
| 1.2.1 Zeitungen | 510 |
| 1.2.2 Zeitschriften | 512 |
| 1.2.3 Anzeigenblätter | 515 |
| 1.2.4 Lokale Wochenblätter | 516 |
| 1.3 Problem Pressekonzentration | 517 |
| Pressekonzentration und Politik | 522 |
| 1.4 Printmedien in der DDR | 524 |
| 2. Privater Rundfunk | 526 |
| 2.1 Entwicklung des privaten Rundfunks | 527 |
| Die Kabelpilotprojekte | 530 |
| 2.2 Struktur des privaten Rundfunks | 532 |
| 3. Multimediale Anbieterstrukturen..... | 534 |
| 4. Schlußbemerkungen | 542 |

HANS J. KLEINSTEUBER

Nationale und internationale Mediensysteme

| | |
|---|-----|
| 1. Aspekte eines „globalen Mediendorfes“ | 544 |
| 2. Zur Klassifikation von Mediensystemen..... | 547 |
| 2.1 Der westlich-liberale Typ | 549 |
| 2.2 Der östlich-realsozialistische Typ | 555 |
| 2.3 Der Dritte-Welt-Typ | 560 |
| 3. Das globale Netz der Informationen | 562 |
| 3.1 Die Welt-Nachrichtenagenturen | 563 |
| 3.2 Die internationalen Programmärkte | 565 |
| 4. Zur Gestaltung der internationalen Medienbeziehungen | 566 |
| 5. Auf dem Weg zu gerechteren globalen Medienstrukturen | 568 |

| | | |
|---|--|----------------|
| λ | MARTIN LÖFFELHOLZ/ KLAUS-DIETER ALTMEPPEN | |
| | Kommunikation in der Informationsgesellschaft | 570 |
| | 1. Information – Kommunikation – Gesellschaft | 570 |
| | 2. Die soziale Konstruktion von Informationsgesellschaften | 571 |
| | 2.1 Die Informationsgesellschaft als „information economy“ | 571 |
| | 2.2 Die Informationsgesellschaft als „nachindustrielle Gesellschaft“ | 574 |
| | 2.3 Die Informationsgesellschaft als „informatisierte Industriegesellschaft“ | 575 |
| | 3. Dynamik und Riskanz der Informationsgesellschaft | 576 |
| | 4. Die technologische Infrastruktur | 578 |
| | 5. Die Zukunft der Medienkommunikation | 581 |
| | 5.1 Kommerzialisierung und Deregulation | 581 |
| | 5.2 Internationalisierung und Europäisierung | 583 |
| | 5.3 Individualisierung und Segmentierung | 584 |
| | 5.4 Funktionaler und struktureller Wandel des Journalismus | 585 |
| | 6. Risiken der Informationsgesellschaft | 587 |
| | Nachbemerkung | 592 |
| λ | SIEGFRIED J. SCHMIDT | |
| | Konstruktivismus in der Medienforschung: | |
| | Konzepte, Kritiken, Konsequenzen | 592 |
| | Vorbemerkung | 592 |
| | 1. Konstruktivismus und Neurobiologie | 592 |
| | 2. Konstruktivismus und Kulturwissenschaften | 593 |
| | 3. „Konstruktionen“ von Wirklichkeit(en)? | 595 |
| | 4. Sprache und/ als Common Sense | 596 |
| | 5. Kultur als Programm | 599 |
| | 6. Sprache, Kultur und Wirklichkeitskonstruktion(en) | 602 |
| | 7. Kommunikation: unwahrscheinlich oder wahrscheinlich? | 603 |
| | 8. Kommunikation ohne Menschen? | 604 |
| | 9. Medien und „Massenkommunikation“ | 612 |
| | 10. Haben Medienangebote Bedeutungen? | 615 |
| | 11. Ist der Konstruktivismus ein relativistischer Subjektivismus? | 616 |
| | 12. Wissenschaft, Pluralismus und Empirie | 619 |
| | Literaturverzeichnis | 624 |
| | Personenregister | 678 |
| | Sachregister | 683 |
| | Autorenverzeichnis | 690 |