

Medien und Kommunikation

Eine interdisziplinäre Einführung

Herausgegeben von
Hans Krah und Michael Titzmann

Dritte, stark erweiterte Auflage

Verlag Karl Stutz

0	Einführung zur Einführung	11
---	---------------------------------	----

I. Grundlagen von Kommunikation

1	Kommunikation und Medien: Semiotische Grundlagen (Krah)	13
	1.1 Semiotische Grundbegriffe: Zeichen	
	1.2 Zeichensysteme / Sprachen / Kodes	
	1.3 Text, Struktur und Funktion	
	1.4 Sekundäre Zeichen / Ästhetische Kommunikation	
	1.5 Mediensemiotik	
2	Semantik und Semantisierung (Krah)	33
	2.1 Semantische Grundlagen	
	2.2 Paradigma / Syntagma	
	2.3 Die Bedeutungsorganisation des Textes	
	2.4 Äquivalenz und asymmetrische Opposition	
	2.5 Homologie	
3	Kommunikationssituation und Sprechsituation (Krah)	55
	3.1 Erläuterungen zum Kommunikationsmodell	
	3.2 Medium / Medien	
	3.3 Sprachfunktionen	
	3.4 Textinterne Pragmatik / Sprechsituation	
	3.5 Äußerungsakt und Bedeutungskonstituierung – ein Beispiel	
4	Propositionale Analyse – kulturelles Wissen – Interpretation (Titzmann)	85
	4.1 Ableitbare Propositionen – Nullpositionen	
	4.2 Kulturelles Wissen	
	4.3 Der Begriff des Diskurses	
	4.4 Kulturelles Wissen und Interpretation	
5	Narrative Strukturen in semiotischen Äußerungen (Titzmann)	113
	5.1 Elementare Unterscheidungen	
	5.2 Bedingungen für narrative Strukturen	
	5.3 Die Minimalerzählung	
	5.4 Ereignis als Grenzüberschreitung	
	5.5 Interpretatorische Konsequenzen	

II. Sender-Empfänger-Aspekte: Kommunikation im (psycho-) sozialen Kontext

6	Pragmatik, Sprechakttheorie, Konversationsmaximen (Harnisch).....	143
	6.1 Pragmatik: Sprachhandeln in Situationen	
	6.2 Sprechakte: Äußerungsabsichten und -zwecke	
	6.3 Konversationsmaximen: Voraussetzungen des ‚richtigen‘ Verstehens und die Erschließung des Gemeinten	

6.4	Zusammenfassung und Ausblick: Lokution – Illokution – Relokution	
7	Gespräche führen – Konflikte klären (Müller)	159
7.1	Lebensweltliche Relevanz	
7.2	Das Gespräch	
	<i>Definition / Non- und paraverbale Gesprächskomponenten / Gesprächsphasen</i>	
	<i>Sachbezug und Personbezug / Inhaltsaspekt und Beziehungsaspekt</i>	
7.3	Schulz von Thuns Vier-Ohren-Modell der Kommunikation	
7.4	Thomas Gordons Konfliktlösungsmodell	
8	Psychologische Aspekte der Kommunikation (Genkova)	175
8.1	Interpersonale Kommunikation – eine zwischenmenschliche Interaktion	
	<i>Soziale Kontrolle und Affiliation</i>	
	<i>Kommunikative Kompetenz</i>	
	<i>Gruppendynamik</i>	
8.2	Effekte der Personenwahrnehmung	
	<i>Der erste Eindruck zählt? / Dissonanz / Attribution</i>	
8.3	Austauschtheorien und Theorie des sozialen Vergleichs	
	<i>Vergleichsniveau / Anspruchsniveau / Selbstwirksamkeit</i>	
8.4	Attraktion	
	<i>Physische Attraktivität</i>	
	<i>Einstellungsähnlichkeit</i>	
8.5	Affiliation: das Bedürfnis nach sozialem Kontakt	
	<i>Motive für Affiliation / Soziale Unterstützung</i>	
9	Medienwirkung (Borstnar)	201
9.1	Die Verwendung des Begriffes Medienwirkung	
9.2	Theorien und Theoreme der Medienwirkung	
9.3	Textanalyse und Wirkfaktoren: Eine exemplarische Analyse	

III. Medien und Kultur(en)

10	Historische Kommunikation am Beispiel: Höfische Literatur um 1200 und Entstehung der neuhochdeutschen Schriftsprache (Nolte)	21'
10.1	Die sprachliche Situation in Deutschland zur Zeit des frühen und hohen Mittelalters	
	<i>Latein als Universalsprache des mittelalterlichen Europa</i>	
	<i>Die dialektale Gliederung des deutschen Sprachraums im hohen Mittelalter</i>	
10.2	Die ‚höfische Literatursprache‘ als überregionale Sprachnorm	
	<i>Entstehung und Grundlagen der ‚höfischen Literatursprache‘</i>	
	<i>Die höfische Literatursprache als Soziolekt</i>	
10.3	Der mittelalterliche Literaturbetrieb. Mündlichkeit und Schriftlichkeit	
	<i>Die Bedingungen der Produktion und Rezeption von Literatur in der Adelsgesellschaft</i>	
	<i>Mündlichkeit und Schriftlichkeit</i>	
	<i>Interdependenzen zwischen sprachlicher Entwicklung und literarischer Kommunikation</i>	

10.4 Die Entstehung der neuhochdeutschen Schriftsprache	-
<i>Schreibsprachen im Spätmittelalter</i>	
<i>Technische, kulturelle und ideologische Entwicklungen des späten Mittelalters</i>	
<i>Die Rolle Martin Luthers</i>	
11 Mediensozialisation (Inan)	253
11.1 Begriffe	
<i>Sozialisation / Mediensozialisation</i>	
11.2 Mediensozialisation im Lebenslauf	
<i>Kindheit / Jugendalter / Erwachsenenalter</i>	
11.3 Ausgewählte Aspekte der Mediensozialisation	
<i>Identitäts- und Geschlechtskonstruktion</i>	
<i>Mediensozialisation im Kontext Neuer Medien</i>	
11.4 Medienerziehung	
12 Medienethik (Thies)	279
12.1 Gegenstand, Grundprobleme, Leitfragen, Methoden	
12.2 Sind Medien wertneutral?	
12.3 Der Grundbegriff der Verantwortung	
12.4 Normative Prinzipien	
12.5 Die Subjekte der Medienethik	

IV. Zeichensysteme und Medien

13 Fotografie – Referentialität, Bedeutung und kultureller Speicher (Nies)	291
13.1 Fotografien als mediale kommunikative Produkte	
13.2 Referentielle Fotografie – Ästhetische Fotografie	
13.3 Faktoren der Bedeutungskonstitution	
13.4 Zeichenhaftigkeit – Referentialität – Ko(n)texte	
13.5 Kulturelle Speicher	
13.6 ‚Bildwert‘ von Fotografien	
14 Interaktion und Kooperation von Texten und Bildern (Titzmann)	325
14.1 Die Begriffe ‚Text‘ und ‚Bild‘	
14.2 Strukturbedingte Leistungen und Grenzen von ‚Texten‘ und ‚Bildern‘	
14.3 Kooperations- und Interaktionsformen von Text und Bild	
14.4 Zwei Beispiele für Text-Bild-Interaktion und -Kooperation	
15 Intermedialität und Film (Nies)	359
15.1 Textsemantische Funktion von intermedialen Bezügen	
15.2 Varianten von Intermedialität	
<i>Intermediale Bezüge / Medienwechsel / Medienkombination</i>	
15.3 Beispiele: Intermedialität in Filmen	
<i>Film – Film</i>	

Film – Literatur
Film – Malerei
Film – Fotografie
Film – Fernsehen
Film – Neue Medien

15.4 Resümee: Intermedialität im semiotischen Sinne

- 16 Das Internet. Dimensionen mediensemiotischer Analyse (Decker) 381
- 16.1 Leitfragen und Leistungen der Internetforschung
Sozialwissenschaftliche Ansätze
Mediensemiotische Ansätze
- 16.2 Der im Internet vernetzte Computer als Hybridmedium
- 16.3 Der im Internet vernetzte Computer als Dispositiv
Aneignung der (medialen) Welt
Gestaltung der medialen Welt
- 16.4 Textstatus im Internet: Multimedialität – Multimodalität – Hypertextualität
Multimodalität
Intertextualität – Hypertextualität
- 16.5 Analysekategorien von Websites
Selbst- und Fremdreferenz als Strukturprinzip
Information im Netz
Beziehungen im Netz
Identität im Netz
- 16.6 Das Internet als Semiosphäre
- 16.7 Fragestellungen konkreter Internetanalysen

V. Kommunikationswissenschaft – ein interdisziplinäres Fach im Umbruch

- 17 Kommunikationswissenschaft – ein interdisziplinäres Fach im Umbruch (Godulla/Hohlfeld)..... 411
- 17.1 Standortbestimmung Kommunikationswissenschaft
- 17.2 Der Grundbegriff „Kommunikation“
Profanität/Universalität/Flüchtigkeit/Relationalität/
Heterogenität/Selbstbezüglichkeit von Kommunikation
- 17.3 Der Grundbegriff „Medium“
Technische Medien
Primäre, sekundäre, tertiäre und quartäre Medien
Individual-, Massen- und Hybridmedien
Medien als Organisationen und Institutionen

17.4 Der Grundbegriff „Öffentliche Kommunikation“

Digitalisierung/ Globalisierung/ Individualisierung/ Mediatisierung/ Ökonomisierung

17.5 Aktuelle Herausforderungen des Fachs Kommunikationswissenschaft

Partizipation und Interaktion

Forschungsfelder

VI. Diskursspezifische Äußerungsbeschränkungen

18	Kommunikation im wissenschaftlichen/professionellen Kontext (Krah)	447
18.1	Wissenschaftliche Kommunikation	
18.2	Wissenschaftspragmatische Kompetenzen	
18.3	Wissenschaftliches Kommunizieren und Argumentieren	
	<i>Argumentation – Begründungen für Aussagen</i>	
	<i>Analytische Kompetenz</i>	
	<i>Situierung in der Forschung – der Umgang mit Sekundärliteratur</i>	
18.4	Medienkompetenz	
	Beiträger/innen	471
	Begriffsregister	475