

Inhalt

1	Mediensoziologie und Medienethik	9
1.1	Max Weber und die Öffentlichkeit	9
1.1.1	Der Inspirator und Irritier	9
1.1.2	Der ‚Entzauberer‘ und seine Spuren	12
1.1.3	‚Editorialising Sociologist‘ und Medienikone	17
1.2	Normative Spuren des ‚Wirklichkeitswissenschaftlers‘	22
1.2.1	Zweckrationalität und Verantwortungsethik	22
1.2.2	Gesinnungsethik: die Moraltheorie der Bergpredigt	27
1.2.3	Verantwortungsethischer Wirklichkeitssinn	31
1.3	Bibliometrische und empirische Befunde	35
1.3.1	Weber-Rezeption in der Kommunikationswissenschaft	35
1.3.2	Zur Validität von Studien zur Verantwortungsethik	38
1.4	Lesarten der normativen Ethik	44
1.4.1	Moral als Unterscheidung	44
1.4.2	Zielethik: der Zweck und die Mittel	47
1.4.3	Pflichtethik: kategorische Imperative	49
1.4.4	Verantwortung als Prinzip	52
1.5	Diskursethik und (Sozial-) Verantwortung	55
1.6	Verantwortung und (Objektivität) im Journalismus	62
1.6.1	Beobachtungen zum ‚Beobachter‘	62
1.6.2	Anschlüsse für eine konstruktivistische Ethik	65
1.6.3	Writing News and Telling Stories	68
1.7	Medienethik als angewandte Ethik	71
1.7.1	Eine Berufsethik des Journalismus?	71
1.7.2	Journalistische Tugenden	76
1.8	Wirklichkeiten der Medienethik	79
1.8.1	Werden wir richtig informiert?	79
1.8.2	Medienethik und Medienqualität	82
1.8.3	Handlungsdispositionen im internationalen Vergleich	86
1.8.4	Praktische Philosophie und journalistische Praxis	91
1.8.5	Kapitalismus und Moral	94
2	Forschungs-Forschung zur Aussagenentstehung	98
2.1	Stationen der Fachgeschichte	98
2.1.1	Die ‚Gründerzeit‘ des Fachs	98
2.1.2	Die Etablierung des Fachs	102
2.1.3	Die Instrumentalisierung des Fachs	107
2.1.4	Die ‚Ursprungs-konstruktion‘	117
2.1.5	Die neue Fachidentität	123

2.2	Journalismusforschung: ‚next generation‘	128
2.2.1	Die Mainzer ‚Schule des Realismus‘	128
2.2.2	Macht und Charisma: ‚die Noelle‘ (Exkurs).....	133
2.2.3	Die Münsteraner ‚Schule des Funktionalismus‘	139
2.2.4	Die ‚Neue Münchener Schule‘	144
2.3	Theorien und Modelle – revisited	151
2.3.1	Die Pionierstudie der Journalismusforschung.....	151
2.3.2	Wer hat die beste Theorie?.....	153
2.3.3	Modellierungen zum Anfassen	156
2.4	Biographie und Bibliometrie.....	163
2.4.1	Wissen(schaft)ssoziologische Rekurse	163
2.4.2	Karl Mannheim und Niklas Luhmann	169
2.4.3	Relevanz und Reputation	175
2.4.4	Die 400 ‚wichtigsten‘ Werke	179
2.5	Weber-Rekurse in der Journalismusforschung	184
2.5.1	Erwähnungen und Zitierungen.....	184
2.5.2	Kategorien, Begriffe – und Bezüge.....	187
2.5.3	Impotenz, Ignoranz, Instrumentalisierung	190
2.6	Referenzen in ausgewählten ‚Weber-Studien‘	193
2.6.1	Kernbereiche und Kontexte	193
2.6.2	Herrschaftstypologie und -soziologie	194
2.6.3	Wissenschaftslehre.....	198
2.6.4	Soziologische Grundbegriffe und Theorie.....	201
2.6.5	Berufssoziologie.....	205
2.6.6	Mediensoziologie, -ethik und -ökonomie	209
3	Max Webers Fragestellungen und ihre Spuren	216
3.1	‚Spurenleser‘ in der Kommunikationswissenschaft.....	216
3.1.1	Weber als ‚Handlungstheoretiker‘	216
3.1.2	Weber als ‚Systemtheoretiker‘	219
3.2	Otto Groth – und zwei andere (Exkurs).....	223
3.2.1	Der Außenseiter des Fachs.....	223
3.2.2	Kein ‚Mainstream-Schwimmer‘	229
3.2.3	Eine Trouvaille der Fachgeschichtsschreibung.....	237
3.3	Journalismus-affine Kontexte und Themen	244
3.3.1	Webers Presse-Projekt – revisited.....	244
3.3.2	Zur ‚Vermessung der Journalismusforschung‘	248
3.4	Die Komparatistik der Systeme	252
3.4.1	Forschungsfragen und Operationalisierungen	252
3.4.2	Nationale Bedingungen des Journalismus	254
3.4.3	Qualität im internationalen Vergleich.....	257

3.4.4	Berichterstattung(sformen) im Vergleich	261
3.5	Die Beobachtung der Strukturen.....	266
3.5.1	Forschungsfragen und Operationalisierungen	266
3.5.2	Redaktion und Organisation.....	267
3.5.3	Gatekeeping, Kybernetik, Internet.....	273
3.6	Die Analyse der Aussagen	280
3.6.1	Forschungsfragen und Operationalisierungen	280
3.6.2	Nachrichtenagenturen und ‚Weltinformationsordnung‘	281
3.6.3	Public Relations als ‚Materiallieferant‘	287
3.6.4	Beschaffung von Nachrichten	291
3.6.5	Die Realität der ‚Medienrealität‘	295
3.6.6	Ptolemäus und Kopernikus	302
3.7	Die Befragung der Akteure	308
3.7.1	Forschungsfragen und Operationalisierungen	308
3.7.2	Merkmale und Berufswirklichkeit	310
3.7.3	Rekrutierung, Training, Sozialisation	316
3.7.4	Einstellungen und Werte	322
4	Das Jahrhundert der Journalismusforschung.....	330
4.1	Die Qualität der Weber-Fragen.....	330
4.2	Viele Antworten – wie waren noch die Fragen?.....	335
4.3	Weber und Luhmann als Mediensoziologen.....	342
4.4	Die Identität: Zur ‚Codierbarkeit‘ des Journalismus.....	348
4.5	Soll man Journalismus (noch) ernst nehmen?.....	354
	Schlussbemerkungen.....	362
	Literatur.....	366
	Stichwörter.....	408
	Personen.....	418

Max Weber und die Vermessung der Medienwelt
Empirie und Ethik des Journalismus - eine Spurenlese
Weischenberg, S.
2014, VIII, 416 S. 2 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-658-03088-9