

Inhalt

Kurt Imhof
Einleitung
Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit9

1. Differenzierungsblindheit – Differenzierungssensibilität

Gerhard Vowe
Jenseits von Stand, Schicht, Klasse, Individuum
Das Konstrukt von „Massenkommunikation“ als einem Schmelztiegel17

Horst Pöttker
Journalismus in der Krise
Ein differenzierungstheoretischer Erklärungsversuch29

Elke Wagner
Nischen, Fragmente, Kulturen. Zum Beitrag
der Medientheorie und der Cultural Studies für die Öffentlichkeitssoziologie47

Peter Stücheli-Herlach
Die sprachliche Struktur eines „Kommunikationswunders“
Schritte der diskursanalytischen Rekonstruktion politischer
Öffentlichkeit – am Beispiel der Schweizerischen Europafrage63

Kurt Imhof
Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit:
Wie differenzieren wir das Soziale?79

2. Konzentration und Verhandlungsmacht von Medienorganisationen

Josef Seethaler und Gabriele Melischek
Kommt es in Österreich zu neuen Allianzen zwischen Medien und Parteien?93

Matthias A. Gerth und Gabriele Siegert

Pluralismus oder Populismus?

Die politische Kampagnenberichterstattung in der Schweiz127

3. Schichtung und Segmentierung der medienvermittelten Aufmerksamkeit

Roger Blum und Marlis Prinzing

Medien und sprachliche Segmentierung. Muster und Tendenzen149

Vinzenz Wyss

Das Prekariat des Schweizer Journalismus167

Alexander Haas und Hans-Bernd Brosius

Fragmentierung der Publikumsagenda im Zeitverlauf?187

4. Knowledge Gap, Digital Divide, Kultivierungsanalyse und Media Malaise

Ralph Weiss

Segmentierung politischer Kommunikation in Milieus.....205

Mark Ludwig und Jörg-Uwe Nieland

Mediensport als Integrationsmotor? Mediennutzung und

Anschlusskommunikation türkischer Migranten in Zeiten medialer Segmentierung.....219

Patrick Rössler, Anne Hammer, Johanna Jann, Ulrike Riedel, Stefanie Schmitt,

Lisa Schwörer und Stefanie Wahl

Können mediale Narrationen das soziale Engagement von Kindern stärken?

Integration durch Fernsehunterhaltung: Eine Adaption

des „Modells des Narrativen Verstehens und Erlebens“233

Michael Schenk und Frank Mangold

Stratifizierte und segmentierte Opinion Leadership249

Herausgeber und AutorInnen263



<http://www.springer.com/978-3-658-00347-0>

Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit
Imhof, K.; Blum, R.; Bonfadelli, H.; Jarren, O. (Hrsg.)
2013, VIII, 260 S. 18 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-00347-0