



Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit /

Imhof, Kurt

Springer VS,
2013

Electronic books

Monografía

Gegen die selbstverschuldete Unmündigkeit einer zu stark auf funktionale Differenzierung beschränkte Sozialwissenschaft gilt es, die klassische Trias der Differenzierung mit Bezug auf die Leistungsfunktionen der politischen Öffentlichkeit in der Demokratie wieder zur Diskussion zu bringen: Dabei wird klar, dass die ökonomische Globalisierung, die politische Transnationalisierung und die Segmentierungen in den Zentrumsgesellschaften - neben der Ausdifferenzierung eines eigenlogischen Mediensystems seit dem Ende des Kalten Krieges - die Leistungsfunktionen der politischen Öffentlichkeit und damit

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzEwODEyMjA>

Título: Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit Kurt Imhof [and others] (Hrsg.).

Editorial: Wiesbaden Springer VS 2013

Descripción física: 1 online resource (268 pages) illustrations

Mención de serie: Mediensymposium

Bibliografía: Includes bibliographical references

Contenido: Vorwort der Herausgeber; Inhalt; Einleitung Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit; 1. Differenzierungsblindheit -- Differenzierungssensibilität; Jenseits von Stand, Schicht, Klasse, Individuum; 1 Frage; 2 Konzepte im Massenparadigma; 2.1 Geschichte des Begriffs "Massengesellschaft"; 2.2 Semantischer Kern: Bedeutungsgehalt von "Massengesellschaft"; 3 Ambivalenz des Massenparadigmas; 4 Relevanz der "Massengesellschaft" für die Kommunikationswissenschaft; 4.1 Stellenwert in der Geschichte; 4.2 Stellenwert in Gegenwart und Zukunft; 5 Fazit; Literatur; Journalismus in der Krise 1 Drei Typen von sozialer Differenzierung 2 Funktionale Differenzierung und die Krise des Journalismus; 3 Segmentäre Differenzierung und die Krise des Journalismus; 4 Stratifikatorische Differenzierung und die Krise des Journalismus; 5 Fazit: Die Krise des Journalismus aus differenzierungstheoretischer Sicht; Literatur; Nischen, Fragmente, Kulturen; 1 Öffentlichkeit als Imaginationsraum und die Asymmetrie von Sprechern und Publika; 1.1 Öffentlichkeit als unterbestimmter Imaginationsraum; 1.2 Die Asymmetrie von Sprecher und Publikum; 2 Medialität des Öffentlichen und die Produktion von Publika 3 Mediale Transformationen der Asymmetrie von Sprechern und Publika und einer gemeinsam geteilten Öffentlichkeit 3.1 Gelehrte Priesterschaft der Vormoderne: Asymmetrische Öffentlichkeit im Zeitalter der Schrift; 3.2 Der bürgerliche Autor und das bessere Argument: Asymmetrische Öffentlichkeit im

Buchdruckzeitalter; 3.3 Bildpraktiken: Die Promotion des Privaten im öffentlichen Diskurs; 3.4 Fragmentierung und Symmetrisierung von Publika im Online-Diskurs; 4 Fazit: Nischen, Fragmente, Kulturen; Literatur; Die sprachliche Struktur eines "Kommunikationswunders." 1 Soziale Differenzierung, politische Öffentlichkeit und Diskursforschung 1.1 Soziale Differenzierung und Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation; 1.2 Diskursforschung und die Frage nach politischer Steuerung und Verständigung; 2 Der Schweizer Europadiskurs und ein Leitmedium; 2.1 Kontroverse Schweizer Europapolitik; 2.2 Abstimmungsinformationen als Leitmedium; 3 Makro- und Mesoperspektive: Emblematik und Ethik des "Bilateralen Wegs"; 3.1 Emblematik und Erzählverläufe; 3.2 Ethik und diskursive Kommunikationsregeln; 4 Mikroperspektive: Textproduktion durch Narration und Argumentation 4.1 Pragmatismus und Strategie des Diskurses 4.2 Diskursstrategie und Textproduktion; 5 Fazit: Die Voraussetzungen politischer "Kommunikationswunder"; Literatur; Austritt aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit: Wie differenzieren wir das Soziale?; 1 Differenzierungsdefizite; 2 Verformungen der politischen Öffentlichkeit und Demokratieverluste; 2.1 Einschränkungen der Forumsfunktion der politischen Öffentlichkeit; 2.2 Einschränkungen der Legitimations- und Kontrollfunktion der politischen Öffentlichkeit; 2.3 Einschränkungen der Integrationsfunktion der politischen Öffentlichkeit; Literatur

Copyright/Depósito Legal: 823727880 843066890 902991316 936281570

ISBN: 9783658003487 electronic bk.) 3658003480 electronic bk.) 1283926245 electronic bk.) 9781283926249 electronic bk.) 9783658003470 3658003472

Materia: Social structure Social groups Social classes Structure sociale Classes sociales social structure social classes PSYCHOLOGY- Social Psychology Social classes Social groups Social structure

Autores: Imhof, Kurt

Enlace a formato físico adicional: Print version Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit. Wiesbaden : Springer VS, 2013 9783658003487 (OCOLC)816512540

Punto acceso adicional serie-Título: Reihe Mediensymposium

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es