

Inhalt

Vorwort	7
---------------	---

Teil 1

<i>Immaterielle Produktion und Ideologie</i>	10
1. Veränderungen der individuellen Reproduktion	10
2. Entwicklung der abgeleiteten Gesellschaftssphären	20
3. Ideologie	25

Teil 2

<i>Der Tageszeitungsmarkt in der Bundesrepublik Deutschland</i>	32
I. Einleitung	32
II. Ausdehnung des Tageszeitungsmarkts	36
III. Gründe für die Ausweitung des Tageszeitungsmarkts	40
1. Verwertung des angelegten Kapitals	40
2. Der Leser-Markt	44
3. Der Anzeigenmarkt	50
4. Produktivkraftentwicklung	56
5. Resümee	58
IV. Die strukturelle Entwicklung des Tageszeitungsmarktes	59
1. Der Prozeß der Pressekonzentration	59
2. Die Tageszeitungstypen und ihre Leserschaft	66
V. Zusammenfassung	77

Teil 3

<i>Inhaltsanalyse der BILD-Zeitung</i>	80
I. Darstellung der Resultate	80

1. Lektüregang durch BILD	83
2. Qualitative und quantitative Verteilung der Inhalte in BILD	114
3. BILD als Zeitung mit Standpunkt	139
II. Interpretation der Inhaltsanalyse	153
1. Skizzierung der Ausgangsfrage	153
2. Struktur des Alltagsbewußtseins der Arbeiterklasse	155
3. Der ideologische Effekt	173
III. Schlußfolgerungen aus der Inhaltsanalyse von BILD	179
Anmerkungen	183
Literaturverzeichnis	192
Anhang	196