

Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen	11
Verzeichnis der Tabellen	14
Vorwort zur ersten Auflage	15
Vorwort zur zweiten Auflage	17
Einleitung	21
1. Die Entwicklung der (Massen-)Medien	25
1.1 Modelle der Medienentwicklung	25
1.2 Medienentwicklung und gesellschaftliche Veränderungen	32
1.3 <i>Massenkommunikation in historischer Perspektive</i>	36
1.4 Beginn und Aufstieg der Massenkommunikationsforschung.....	44
2. Kommunikation, Massenkommunikation, Wirkung. Ein erster Überblick	50
2.1 Interaktion, Kommunikation, Massenkommunikation.....	50
2.2 Massenkommunikation. Definitionsmerkmale und Herleitung des Begriffs	59
2.3 Die ‚Pionierphase‘ des Wirkungsbegriffs	66
3. Wirkungsmodelle und Forschungstraditionen	72
3.1 Das widerspenstige Publikum: ‚Mediating Factors‘ im Überblick	72
3.2 Nutzungswirkungen. Rezipientenzentrierte Wirkungsvorstellungen	78
3.3 Der dynamisch-transaktionale Ansatz und der Konstruktivismus.....	83
3.4 Kritische Theorie der Massenmedien	89

4. Spektakuläre Medienwirkungen	96
4.1 „War of the Worlds“. Die Inszenierung eines Hörspiels.....	96
4.2 „The Invasion from Mars“. Dokumentation und Einordnung der Reaktionen.....	100
4.3 Beurteilung und Einordnung spektakulärer Medienwirkungen.....	105
5. Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation: die Meinungsführerforschung	111
5.1 Die Pionierphase der Meinungsführerforschung.....	111
5.2 Erweiterungen und Modifikationen der ‘Zwei-Stufen-Fluss’- Hypothese	127
5.3 Mehrdimensionale Konzepte und Netzwerkanalysen	137
6. Die Glaubwürdigkeit der Medien	146
6.1 Der Ursprung der Persuasionsforschung	146
6.2 „Communication and Persuasion“. Das Forschungsprogramm der Hovland-Schule.....	151
6.3 Massenmedien und Glaubwürdigkeit: Die Weiterentwicklung der Forschung	161
7. Die Agenda-Setting-Forschung. Hauptaussagen und Weiterentwicklungen	175
7.1 Vor und nach Chapel Hill: Der Beginn der Agenda-Setting-Forschung.....	175
7.2 Die Agenda-Setting-Forschung im Überblick: Methoden, Fragestellungen, Ergebnisse	185
7.3 Der Priming-Effekt.....	193
7.4 Agenda-Setting und Anschlusskommunikation	199
8. Die Wirklichkeit der Medien	204
8.1 Massenmedien und Realitätsvorstellungen	204

8.2	Der ‚Cultivation of Beliefs‘-Ansatz. Darstellung und Kritik	217
8.3	Die Mediatisierung der Wirklichkeit.....	231
9.	Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und die Bedeutung der Medien ..	238
9.1	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung Begriffliche Vorbemerkungen.....	238
9.2	Strukturwandel der Öffentlichkeit. Die Analyse von Habermas.....	240
9.3	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Die Theorie von Luhmann	246
9.4	Öffentliche Meinung und soziale Kontrolle. Die Theorie der Schweigespirale	251
9.5	Die Fragmentierung der Öffentlichkeit. Konsequenzen der Medienentwicklung	268
10.	Das Medium und die Botschaft: die Bedeutung des Verbreitungsmediums	274
10.1	Das Medium ist die Botschaft. Anmerkungen zu McLuhan.....	274
10.2	Die „Fernseh-Gesellschaft“. Die Theorie von Meyrowitz.....	280
10.3	Medienökologie: die Thesen von Postman.....	286
11.	Die Wissensklufforschung	294
11.1	Die Hypothese von der wachsenden Wissenskluff	294
11.2	Aspekte der Entstehung von Wissensklüften.....	299
11.3	Interessen und Notwendigkeiten: Defizittheorie versus Differenztheorie.....	308
12.	Konturen der Mediengesellschaft - Schlussbemerkung.....	316
	Literaturverzeichnis	323
	Sachregister	347

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1.1	Die Uhr von Wilbur J. Schramm	22
Abbildung 1.2	Evolution der Medien von 1450 bis 2000	28
Abbildung 1.3	Merrill und Lowensteins Modell der Medienspezialisierung.....	29
Abbildung 1.4	Amerikanische Massenmedien: Entwicklung und Konkurrenz	30
Abbildung 1.5	Die sechs Informationsrevolutionen nach Irving Fang	33
Abbildung 1.6	Das soziale Gedächtnis in den Etappen der Medienevolution	36
Abbildung 1.7	Lautes Vorlesen in der frühen Neuzeit.....	39
Abbildung 1.8	Rundfunkempfang am Ende des 19. Jahrhunderts	42
Abbildung 2.1	Die Pyramide der Kommunikation	51
Abbildung 2.2	Ein lineares und ein Zirkulationsmodell der Kommunikation	56
Abbildung 2.3	Das Modell der Massenkommunikation nach Wilbur J. Schramm	57
Abbildung 2.4	Primäre, sekundäre und tertiäre Medien	58
Abbildung 2.5	Radiohören als Gemeinschaftserlebnis in der Familie	60
Abbildung 2.6	Merkmale der Massenkommunikation im Überblick.....	65
Abbildung 2.7	Die Grundstruktur des Stimulus-Response-Modells.....	67
Abbildung 2.8	Die Lasswell-Formel.....	70
Abbildung 3.1	Eine Erweiterung des Stimulus-Response-Modells	75
Abbildung 3.2	Die Grundstruktur des dynamisch-transaktionalen Modells	85
Abbildung 3.3	Das dynamisch-transaktionale Modell in zeitlicher Perspektive.....	87

Abbildung 4.1	Spektakuläre Medienwirkungen: Relevante Einflussfaktoren	105
Abbildung 5.1	Der Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation	116
Abbildung 5.2	Identifikation von Ratgebern und Ratsuchern in der Decatur-Studie	121
Abbildung 5.3	Merkmale der frühen Übernehmer einer medizinischen Innovation	125
Abbildung 5.4	Modifiziertes Modell des Zwei-Stufen-Flusses der Kommunikation	132
Abbildung 5.5	Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation: Modellannahmen im Überblick.....	137
Abbildung 5.6	Massenmedien, Meinungsführer, übrige Gruppenmitglieder und Marginale	141
Abbildung 6.1	Die Glaubwürdigkeit des Kommunikators. Forschungsbeispiele	154
Abbildung 6.2	Der Sleeper-Effekt	156
Abbildung 6.3	Dimensionen von Glaubwürdigkeit	163
Abbildung 6.4	„Routes to Persuasion“. Eine Erweiterung des Modells von Petty und Cacioppo.	164
Abbildung 7.1	Media Agenda, Public Agenda und Policy Agenda	184
Abbildung 7.2	Medienagenda und Publikumsagenda. Das Verfahren der Cross-Lagged-Korrelation	189
Abbildung 7.3	Der Einfluss der Golf-Berichterstattung auf die Wahrnehmung von Problemen.....	197
Abbildung 7.4	Der Entstehungsprozess von Agenden im Überblick.....	202
Abbildung 8.1	Nachrichtenfaktoren nach Galtung und Ruge	207
Abbildung 8.2	Ereignisse, Berichterstattung und Publikationsfolgen. Das Modell von Kepplinger	213
Abbildung 8.3	Verschiedene Modelle von Kultivierungseffekten.....	229

Abbildung 9.1	Vereinfachter Grundriss der bürgerlichen Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert.....	242
Abbildung 9.2	Öffentlichkeit als gesellschaftsinterne Umwelt der gesellschaftlichen Teilsysteme.....	248
Abbildung 9.3	Medientenor und Bevölkerungsmeinung. Vier exemplarische Konstellationen	265
Abbildung 9.4	Öffentliche Meinung als Resultat von Redebereitschaft	268
Abbildung 10.1	Die Entstehung von Kommunikationsnetzen	290
Abbildung 11.1	„Nahe liegende“ und „entfernte“ Themen	302
Abbildung 11.2	Wahrnehmung einer Informationskampagne zum Thema „radioaktive Strahlung“ in verschiedenen Bildungsgruppen (Niederlande)	304
Abbildung 11.4	Knowledge Gap-Modelle im Überblick	310
Abbildung 11.5	Einfluss der Zeitungsnutzung auf die Wissenskluft zwischen verschiedenen verschiedenen Bildungsgruppen	312
Abbildung 12.1	Medieneffekte unter Berücksichtigung der Dimensionen ‚Intentionalität‘ und ‚Zeit‘	318

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 4.1	Einschaltzeitpunkt und Interpretation des Hörspiels.....	102
Tabelle 4.2	Bildungsabschluss und Interpretation des Hörspiels als ,News Report‘	104
Tabelle 5.1	Informationsfluss in einem sozialen Netzwerk	142
Tabelle 6.1	Relative Glaubwürdigkeit und medienspezifische Glaubwürdigkeit	169
Tabelle 6.2	Glaubwürdigkeit und Objektivität der Medien. Ergebnisse der Langzeitstudie ‚Massenkommunikation‘, 1964-1995 (Ergebnis für alte Bundesländer)	170
Tabelle 6.3	Images tagesaktueller Medien im Jahr 2000	172
Tabelle 7.1	Rangkorrelation von Medienagenda und Publikums- agenda, differenziert nach Bedeutung der Themen und Themenbezug	181
Tabelle 7.2	Priming-Effekte im Falle der Bewertung des amerikanischen Präsidenten	194
Tabelle 8.1	Gewalt als Bestandteil des amerikanischen Fernsehprogramms.....	221
Tabelle 8.2	Täter-Opfer-Relationen im amerikanischen Fernseh- programm (Zeitraum 1967-1975)	223
Tabelle 8.3	Kultivierungseffekte der Fernsehnutzung	227
Tabelle 8.4	Lebensauffassungen von Vielsehern.....	234