

Inhalt

1. EXORDIUM	1
1.1 Presse unter Handlungsdruck	1
1.2 Problemstellung, Ziel und Methodik der Arbeit	9
1.3 Lokalzeitung und Zeitgeschichte: ein interdisziplinärer Aspekt	12
2. ZUM FORSCHUNGSSTAND	15
2.1 Rhetorik und Kommunikationswissenschaft	15
2.1.1 Einführendes	15
2.1.1.1 Die drei Arten der Kommunikation	15
2.1.1.2 Mit der Lasswell-Formel fing alles an	16
2.1.1.3 Wie Öffentlichkeit entsteht	19
2.1.2 Vor allem eines: Wirkungsforschung	21
2.1.2.1 Einbahn-Kommunikation: die S-R-Modelle	22
2.1.2.2 Themen werden öffentlich: das Agenda-Setting	24
2.1.2.3 Die Rolle des Kommunikators	25
2.1.2.4 Die Rolle des Rezipienten	27
2.1.2.4.1 Der Sonderfall: lieber schweigen	29
2.1.3 Die Rhetorik in der Kritik	30
2.1.4 Ergebnis	32
2.2. Der Lokalteil als Forschungsgegenstand	34
2.2.1 Der lokale Teil – nur ein Schuttablageplatz?	34
2.2.2. Neue Forschungsimpulse durch die Pressekonzentration	36
2.2.2.1 Wie kritisch sind Lokalblätter?	37
2.2.2.2 Erneut niederschmetternde Ergebnisse	38
2.2.3 Das Forschungshandicap im lokalen Raum	41
2.2.4 Ideale Normen in den Forschungsansätzen	43
2.2.5 Im Blick: die Strukturen der lokalen Presse	44
2.2.6 Rückkehr zu Bekanntem	47
2.2.7 Ergebnis	48
3. EIN JOURNALISTISCHER KAMPF AN ALLEN SEITEN	51
3.1 Die Enge des politischen Raumes	51
3.1.1 Der SB begehrt politisch auf	51
3.1.2 Der Kampf des SB gegen den Nationalsozialismus	55
3.1.3 Nach Kriegsende: Kontinuitäten im SB-ethos	58
3.2 Die Enge des lokalen Raums	63
3.3 Ergebnis	69

4. DER SB INSZENIERT SICH SELBST	71
4.1 <i>ethos</i> als Überzeugungsgrund	71
4.1.1 Charakter als Persuasionsinstrument	71
4.1.2 Lokalpresse und rhetorisches <i>ethos</i>	75
4.2 Strategien der Selbstinszenierung	77
4.2.1 <i>memoria</i> – Strategie der Kommunikationsverdichtung	80
4.2.1.1 Memorieren in der Antike	80
4.2.1.2 <i>memoria</i> -Konzept und SB-Zeitungslayout	84
4.2.1.3 Zwischenergebnis	96
4.2.2 <i>actio</i> – Strategie der Kommunikationsverschiebung	98
4.2.2.1 <i>actio</i> in der klassischen Rhetorik	98
4.2.2.2 Zwischenergebnis	101
4.2.2.3 SB-Lesersprache und Oratorpräsenz	101
4.2.2.3.1 Die oratorische Visitenkarte: der SB-Titelkop	102
4.2.2.3.2 Schönfärberei des rednerischen Auftritts	104
4.2.2.3.3 Pressefotos als Mittel der Selbstinszenierung	109
4.2.2.3.4 Überschriften als starke Lesersprache	114
4.3 Ergebnis	118
5. DER STREITFALL HÖTZER – EIN FALLBEISPIEL	121
5.1 Topos-Begriff und Hötzer-Streit	121
5.2 Die Topoi der Ankläger	130
5.2.1 Der neue Lust-Topos: „Die gute Stube der Stadt“	136
5.2.2 Der Opfer-Täter-Topo	138
5.3 Die Topoi der Verteidiger	145
5.3.1 Der verklärte Lust-Topos: die Heimat Balingen	148
5.3.2 Der Autoritäts-Topos: „Der gute alte Lehrer“	161
5.3.3 Rednerische Ausgrenzungs-Strategien	165
5.4 Ergebnis	172
6. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	181
ANHANG	187
I. Verbreitungsgebiet WOM und SB	187
II. Zeitungsstruktur einer exemplarischen Woche	190
III. Beispielseiten Mantel	193
IV. Beispielseiten Lokales	194
LITERATURANGABEN	199