

Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen	11
Verzeichnis der Tabellen.....	15
Vorwort	17
Einleitung	23
1 Die Entwicklung der (Massen-)Medien.....	33
1.1 Modelle der Medienentwicklung.....	33
1.2 Medienentwicklung und gesellschaftliche Veränderungen	42
1.3 Massenkommunikation in historischer Perspektive.....	47
1.4 Beginn und Aufstieg der Massenkommunikationsforschung	56
2 Kommunikation, Massenkommunikation, Wirkung. Ein erster Überblick 61	
2.1 Interaktion, Kommunikation, Massenkommunikation	61
2.2 Massenkommunikation. Definitionsmerkmale und Herleitung des Begriffs	69
2.3 Die ‚Pionierphase‘ des Wirkungsbegriffs.....	76
3 Wirkungsmodelle und Forschungstraditionen.....	83
3.1 Das widerspenstige Publikum: ‚Mediating Factors‘ im Überblick.....	83
3.2 Nutzungswirkungen. Rezipientenzentrierte Wirkungsvorstellungen	89
3.3 Der dynamisch-transaktionale Ansatz und der Konstruktivismus	95
3.4 Kritische Theorie der Massenmedien	101
4 Spektakuläre Medienwirkungen.....	107
4.1 ‚The War of the Worlds‘. Die Inszenierung eines Hörspiels.....	107
4.2 ‚The Invasion from Mars‘. Dokumentation und Einordnung der Reaktionen	111
4.3 Beurteilung und Einordnung spektakulärer Medienwirkungen	116

5	Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation: die Meinungsführerforschung	125
5.1	Die Pionierphase der Meinungsführerforschung	125
5.2	Erweiterungen und Modifikationen der „Zwei-Stufen-Fluss“-Hypothese	139
5.3	Mehrdimensionale Konzepte und Netzwerkanalysen.....	148
6	Die Glaubwürdigkeit der Medien	159
6.1	Der Ursprung der Persuasionsforschung	159
6.2	„Communication and Persuasion“. Das Forschungsprogramm der Hovland-Schule	163
6.3	Massenmedien und Glaubwürdigkeit: Die Weiterentwicklung der Forschung	172
7	Die Agenda-Setting-Forschung. Hauptaussagen und Weiterentwicklungen	189
7.1	Vor und nach Chapel Hill: Der Beginn der Agenda-Setting-Forschung	189
7.2	Die Agenda-Setting-Forschung im Überblick: Methoden, Fragestellungen, Ergebnisse	197
7.3	Der Priming-Effekt.....	206
7.4	Agenda-Setting und Anschlusskommunikation.....	213
8	Die Wirklichkeit der Medien	221
8.1	Massenmedien und Realitätsvorstellungen.....	221
8.2	Der ‚Cultivation of Beliefs‘-Ansatz. Darstellung und Kritik.....	239
8.3	Die Mediatisierung der Wirklichkeit	253

9	Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und die Bedeutung der Medien	263
9.1	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Begriffliche Vorbemerkungen	263
9.2	Strukturwandel der Öffentlichkeit. Die Analyse von Habermas	264
9.3	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Die Theorie von Luhmann.....	271
9.4	Öffentliche Meinung und soziale Kontrolle. Die Theorie der Schweigespirale.....	276
9.5	Die Fragmentierung der Öffentlichkeit. Konsequenzen der Medienentwicklung.....	293
10	Das Medium und die Botschaft: die Bedeutung des Verbreitungsmediums.....	301
10.1	Das Medium ist die Botschaft. Anmerkungen zu McLuhan.....	301
10.2	Die ‚Fernseh-Gesellschaft‘. Die Theorie von Meyrowitz.....	311
10.3	Medienökologie. Die Thesen von Postman	317
11	Die Wissensklufforschung.....	325
11.1	Die Hypothese von der wachsenden Wissenskluff	325
11.2	Aspekte der Entstehung von Wissensklüften.....	330
11.3	Interessen und Notwendigkeiten: Defizittheorie versus Differenztheorie	337
12	Ein Blick in die Medienzukunft	349
	Literaturverzeichnis	389
	Sachregister.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.