

# Inhalt

## *Massenkommunikation im Prozeß der Auflösung bürgerlicher Öffentlichkeit* 7

Implikationen des Öffentlichkeitsprinzips 7

Die Auflösung der bürgerlichen Öffentlichkeit 12

Exkurs: Selektivität des Erlebens und organisierte Kommunikation. Ein systemtheoretischer Bezugsrahmen 19

Hergestellte Öffentlichkeit 28

Massenmedien, Massenkommunikation 33

Die allgemeine Funktion der Massenkommunikation 42

Politisches System und organisierte öffentliche Meinung 53

Willkürliche Selektivität 60

Techniken der Überschreitung von Wahrnehmungsschwellen 79

## *Die Beschränktheit der Wirkungsforschung als Ausdruck isolierender Massenkommunikation* 94

Die Verfänglichkeit der Wirkungsfrage 94

Der Gegenstand der Wirkungsforschung 101

Die Bestärkungshypothese und die Theorie der vermittelnden Faktoren 108

Primärgruppen im Einflußprozeß 125

Intention und Gestaltung der Aussage als abhängige Variablen 147

Verhaltensmotivationen als Leitvariablen (Konsistenzmodelle) 173

Langfristige Wirkungen 188

Worin besteht das Potential der Massenkommunikation? 207

## *Strukturwandel gesellschaftlicher Kommunikation* 239

Konturen gesellschaftlicher Kommunikationsverhältnisse 239

Reformbestrebungen: Mitbestimmung und Publikumsbeteiligung 263

Interaktion als Massenkommunikation 290