

Inhalt

Einleitung	S.1
HANS MATHIAS KEPPLINGER: Journalisten: Macht ohne Verantwortung?	S.20
FRANZ ALT: Es gibt keine Objektivität: Oder nur Gott ist objektiv	S.31
HANS-BERND BROSIUS: Verstehbarkeit von Fernsehnachrichten	S.37
LOUIS BOSSHART: Fernsehunterhaltung aus der Sicht von Kommunikatoren	S.52
MARIE-LUISE KIEFER: Massenkommunikation 1964 bis 1985. <i>Trendanalyse zur Mediennutzung und Medienbewertung.</i>	S.62
ULRICH SAXER: Die Publikumsforschung unter gewandelten Bedingungen	S.81
BERND BÜCHNER: Neue Modelle in der Fernsehzuschauerforschung: <i>Eine Standortbestimmung auf Basis neuerer amerikanischer Studien</i>	S.95
WINFRIED SCHULZ: Fernseh-Paranoia und andere psychische Auffälligkeiten: <i>Langzeitwirkungen des Vielsehens?</i>	S.112
JO GROEBEL: "Macht" das Fernsehen die Umwelt bedrohlich? <i>Strukturelle Ergebnisse einer Längsschnittsstudie zu Fernsehwirkungen</i>	S.121
ELISABETH NOELLE-NEUMANN: Der getarnte Elefant. <i>Über die Wirkung des Fernsehens</i>	S.139

KLAUS SCHÖNBACH: Agenda-Setting im Europawahlkampf 1979: <i>Die Funktionen von Presse und Fernsehen</i>	S.151
HEINRICH OBERREUTER: Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel	S.166
REINHARD KEUNE: Kulturelle Überfremdung in der Dritten Welt. <i>Sind TV-Programm- und Nachrichtenaustausch ein taugliches Gegenmittel?</i>	S.179
MARSHALL McLUHAN: Die magischen Kanäle	S.202
WOLFGANG LANGENBUCHER: Fernsehen als epochales Phänomen. <i>Oder vom Nutzen der Kulturkritik für die Erforschung langfristiger Medienwirkungen</i>	S.215
NEIL POSTMAN: Wir amüsieren uns zu Tode	S.229
HERTHA STURM: Die grandiosen Irrtümer des Neil Postman - <i>Fernsehen wirkt anders</i>	S.240
JOSHUA MEYROWITZ: Die Fernseh-Gesellschaft. <i>Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter: Der Verlust des Orts-Sinns</i>	S.263
Quellennachweise	S.288