

INHALT

Vorbemerkung: Zur Problemstellung	5
I. Einige grundlegende quantitative Daten zur Massenkommunikation in der Bundesrepublik	6
1. Die massenmedialen Institutionen und ihre Produkte	6
2. Die Reichweite der Massenmedien	8
3. Die soziale Zusammensetzung des massenmedialen Publikums	12
II. Die dominanten Aktivitäts- und Wirkungsbereiche der Massenmedien ...	18
1. Informationen – Herstellung einer kritischen Öffentlichkeit oder Verwandlung öffentlicher Angelegenheiten in Konsumgüter	25
a) Allgemeines zur informatorischen Aktivität und Funktionen der Massenmedien	26
b) Die politische Information von Presse, Rundfunk und Fernsehen ..	30
ba) Politik in Massenmedien I: Die journalistisch hergestellte Zeitgeschichte	37
bb) Politik in Massenmedien II: Die Rezipienten der journalistisch hergestellten Zeitgeschichte	43
c) Zusammenfassung	49
2. Unterhaltung – Psychohygiene der Gesellschaft oder Schizoidität als journalistisches Prinzip?	50
a) Allgemeines zur unterhaltenden Aktivität und Funktion der Massenmedien	51
b) Unterhaltung in Massenmedien I: Traumwelt und gesellschaftliche Realität	52
c) Unterhaltung in Massenmedien II: Das unterhaltene Publikum	61
d) Zusammenfassung	68
III. Massenkommunikation und Demokratie: Politökonomische Aspekte	68
Literaturhinweise	87