

# GLIEDERUNG

<b>1.</b>	<b>Grundlegung</b>	11
1.1.	Zum Begriff der Kommunikation	11
1.2.	Kommunikationssysteme und ihre Erforschung	12
1.3.	Publikum als publizistikwissenschaftliche Zielgruppe: Quantität und Qualität	23
<b>2.</b>	<b>Kommunikationspartner</b>	31
2.1.	Kommunikator	31
2.2.	Rezipient	34
2.2.1.	Allgemein	34
2.2.2.	Kommunikations- und Informationsbedürfnis	35
2.2.3.	Perspektivität	37
2.2.4.	Soziale Beziehungen und Teilnahme	39
2.2.5.	Selektivität	41
<b>3.</b>	<b>Bezugspersonen und -gruppierungen im Kommunikations- prozeß</b>	45
3.1.	Mängel und Möglichkeiten des Bezugsgruppenkonzeptes.	45
3.1.1.	Allgemein	45
3.1.2.	Bezugsanhalte	51
3.1.3.	Bezugnahmen	55
3.1.4.	Bezugsverhältnisse	57
3.1.5.	Sozial-relationale Dimensionen der Kommunikation	59
3.2.	Meinungsführer	63
3.2.1.	Zur Entwicklung des Meinungsführerkonzeptes	63
3.2.2.	Voraussetzungen der Meinungsführerschaft	66
3.2.3.	Typen der Meinungsführerschaft	74
3.2.4.	Meinungsführer und Massenmedien	81
3.2.5.	Meinungsführer und Innovation	90
3.3.	Gemeinschaftsempfang	100
3.3.1.	Allgemein	100
3.3.2.	Frühformen kollektiver Rezeption	105
3.3.3.	Innovatives Einflußpotential in Rezipientengruppen	109
<b>4.</b>	<b>Meinungsführer und Gemeinschaftsempfang im Modernisierungsprozeß</b>	119
4.1.	Meinungsführer	119

4.2.	Gemeinschaftsempfang . . . . .	123
4.2.1.	Allgemein . . . . .	123
4.2.2.	Farm-Radio-Foren in Indien . . . . .	125
4.2.3.	Radio-Klubs in der Republik Niger . . . . .	130
4.2.4.	Landfunkforen in Ghana . . . . .	135
5.	<b>Kommunikationssoziologische Schlußfolgerungen: Zielrichtungen der Modernisierung . . . . .</b>	141
5.1.	Allgemein: Zum Modernisierungsbegriff . . . . .	141
5.2.	Sozialstrukturelle Differenzierung . . . . .	141
5.3.	Ökonomische Rationalisierung . . . . .	147
5.4.	Politisch-soziale Egalisierung . . . . .	151
5.5.	Konsequenz . . . . .	155
	<b>Anmerkungen . . . . .</b>	159
	<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	201
	<b>Sachregister . . . . .</b>	236