

# INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT von Prof. Dr. Klaus Merten	S. 8
1 ZIEL DER ARBEIT	S. 10
2 VOM HÖRENSAGEN	S. 14
2.1 Das Hörensagen, Oberbegriff für Klatsch und Gerücht	<del>S. 14</del>
2.2 Gerüchte als Nachrichtenersatz	<del>S. 14</del>
3 GRUNDLAGEN DES HÖRENSAGENS	S. 15
3.1 Mehrdeutigkeit und Relevanz	S. 18
3.2 Mehrdeutigkeit und Plausibilität bei bestehender Nachrichtenersatzfunktion	S. 21
3.3 Das Gerücht	S. 23
3.4 Der Klatsch	S. 24
3.4.1 Medienvermittelter Klatsch	S. 25
3.4.2 Klatsch über Personen des sozialen Netzwerks	S. 25
4 GERÜCHT UND KLATSCH	S. 27
4.1 Klatsch: Kriterien und Funktion	S. 28
4.2 Gerücht: Kriterien und Funktion	S. 30
4.3 Vom Gerücht zum Klatsch	S. 31
5 DIE DIFFUSION INFORMELLER KOMMUNIKATION	S. 34
5.1 Typen des inhaltlichen Wandels	S. 35
5.2 Soziale Prozesse der Klatschkommunikation	S. 36
5.3 Das soziale Netzwerk	S. 38
5.3.1 Das soziale Netzwerk als Untersuchungsmodell	S. 38
5.3.2 Gerücht- und Klatschkommunikation im Netzwerk	S. 41
6 DIE GERÜCHTSTUDIE	S. 42
6.1 Die Erhebung	S. 43
6.2 Überblick über die Kommunikationsnetze	S. 44
6.3 Zur Kommunikations- und Interaktionsstruktur der einzelnen Zirkulationsräume	S. 47
6.3.1 Netz 01	S. 48
6.3.1.1 Netz 01 als Kommunikationsnetzwerk	S. 51
6.3.2 Die Netze 03 bis 11	S. 55
6.3.2.1 Exkurs: Netz 08	S. 59
6.4 Der Inhalt des Gerüchts	S. 60

7	CHARAKTERISTIK DER REZIPIENTEN UND KOMMUNIKATOREN	S. 67
7.1	Die Gerüchtkommunikation	S. 67
7.2	Emotionale Merkmale	S. 69
7.2.1	Variablen zur Rezeptions- und Kommunikationssituation	S. 69
7.2.2	Emotionale Einschätzung	S. 72
7.3	Das Ansehen	S. 74
7.4	Soziodemographische Merkmale	S. 80
7.4.1	Soziodemographische Variablen der Teilinterviews	S. 80
7.4.2	Soziodemographische Variablen der Befragten	S. 83
7.5	Klatsch als Untersuchungsgegenstand	S. 84
7.5.1	Klatschkommunikation	S. 84
7.5.2	Emotionale Merkmale	S. 85
7.5.3	Das Ansehen	S. 86
7.5.4	Soziodemographische Merkmale	S. 88
8	LATENTE MERKMALE	S. 90
8.1	Emotionale Faktoren	S. 95
8.2	Ansehensfaktoren	S. 95
8.2.1	Soziometrischer Faktoren	S. 97
8.2.2	Konkretes Ansehen als Faktor	S. 99
8.3	Aktivitätsfaktoren	S. 100
8.4	Darstellung der Faktoren	S. 104
9	ANALYSE DER KOMMUNIKATIONSAKTIVITÄT	S. 104
9.1	Hörensagen	S. 104
9.1.1	Die Kommunikation der 'abgerissenen Hand'	S. 104
9.1.2	Das Kommunikationsbedürfnis	S. 106
9.1.3	Die Glaubwürdigkeit des Erzählers	S. 108
9.1.4	Zusammenfassendes Modell	S. 111
9.2	Gerücht	S. 112
9.2.1	Die Kommunikation der 'abgerissenen Hand' als Gerücht	S. 113
9.2.2	Das Kommunikationsbedürfnis	S. 114
9.2.3	Die Glaubwürdigkeit des Erzählers	S. 115
9.2.4	Zusammenfassung	S. 116
10	DIE TRENNUNG VON KLATSCH UND GERÜCHT	S. 117
10.1	Die Diskriminierung von Klatsch und Gerücht	S. 117
10.2	Die Diskriminierung der Zirkulationsräume	S. 119
10.3	Klatsch als Kommunikationsphänomen ausgeprägter Interaktionsgefüge	S. 123
11	EINZELASPEKTE DES HÖRENSAGENS	S. 124
11.1	Geschlechtszugehörigkeit und informelle Kommunikation	S. 124
11.2	Die Bedeutung des Rezeptionsortes	S. 126
11.3	Emotionale Spannung und Gerüchtforschung	S. 130

12	PERSPEKTIVEN FÜR GERÜCHT- UND KLATSCHKOMMUNIKATION	S. 133
12.1	Kritische Anmerkungen zur Studie 'der abgerissenen Hand'	S. 133
12.2	Die 'abgerissene Hand' im Vergleich mit anderen Gerüchtstudien	S. 134
12.3	Konsequenzen für die Diffusion von Kommunikationen des Hörensagens	S. 135
12.4	Anforderungen an die Gerüchtforschung	S. 137
12.5	Integration der Gerüchtforschung	S. 138
13	ANHANG	S. 140
13.1	Variablenliste	S. 140
13.2	Hypothesenkatalog	S. 146
13.3	Verzeichnis der Abbildungen	S. 148
14	LITERATURVERZEICHNIS	S. 151