

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
EINLEITUNG	7
DIE MASSENKOMMUNIKATION	19
1. ZWISCHEN DEN MEDIEN UND DER MASSE	19
Die Erforschung von Kommunikationsmitteln: Die Erforschung von „Werbefeldzügen“	22
Das Auftreten von Variablen bei der Erforschung von Wirkungen	24
Vier bei dem Ablauf der Massenkommunikation dazwischentretende Variable	26
Die Beziehungen von Mensch zu Mensch: Die Entdeckung der „Leute“	31
2. DER FAKTOR MENSCH	38
„Meinungsführer“ und zweistufige Kommunikation	39
Die Wiederentdeckung der Primärgruppe: Beispiele für dazwischentretende Variable	41
A) Die Gruppe im industriellen Zusammenhang: Die Hawthorne-Untersuchungen	43
B) Gruppenbildung in der Armee: Der amerikanische Soldat	44
C) Die Gruppe in der Gemeinschaft: Die „Yankee City Series“	46
Gemeinsame Elemente	47
NORMEN UND NETZE IM KOMMUNIKATIONS-PROZESS	53
3. VERSUCH EINER ZUSAMMENSCHAU	53
4. NORMEN UND KLEINGRUPPEN: DIE ENTSTEHUNG KONFORMER ANSICHTEN UND EINSTELLUNGEN	58
Die Instrumentalfunktion: Die Vorteile des Konformismus	60
Die Bildung einer sozialen Realität	64
Wechselwirkung: Der Prozeß der Angleichung	68
Die Anziehungskraft gleicher Wertauffassungen	71
Von einander abhängige Personen fordern Konformismus	74
Einige Einschränkungen	76

5. DER GRUPPENEINFLUSS BEI ÄNDERUNGEN: FOLGERUNGEN FÜR DIE MASSEN MEDIEN- FORSCHUNG	79
Die Gruppe als Medium der Meinungsänderung	80
Die Gruppe als Ziel der Änderung	87
6. ZWISCHENMENSCHLICHE BEZIEHUNGSFELDER: KOMMUNIKATION INNERHALB DER GRUPPE	97
Übertragungsmodelle	99
A) Strukturelle Verbindungen: Wege des Kommunikationsflusses	99
B) Verschiedenes Gruppenklima: Gruppenkultur und Kommunikation	107
C) Situationen: Kommunikationsinhalt und zwischen- menschliche Beziehungen	110
Strategische Punkte der Übertragung	115
A) Die Berufung: Der Einfluß der Stellung auf die Über- tragung von Einfluß	117
B) Die soziale Stellung: Die strukturelle Seite der Ein- flußübertragung	127
C) Beglaubigung: Die Bedeutung der Kultur für die Einflußübertragung	133
FOLGERUNGEN FÜR DIE MASSEN MEDIEN- FORSCHUNG	137
7. DIE GRUPPE UND DIE AUSSENWELT	137
Kommunikation zur Gruppe	138
Die Gruppe in einem organisatorischen Zusammenhang	142
Die traditionelle Gemeinschaft: Beispiele aus der inter- nationalen Kommunikationsforschung	146
Eine Zusammenfassung der Folgerungen	153
BIBLIOGRAPHIE	159
NAMENSREGISTER	169
SACHREGISTER	173