

Inhalt

<i>Vorwort der Herausgeber</i>	5
Vorwort zur zweiten Auflage	11
<i>Dynamische Sozialforschung</i>	14
<i>Die Sozialforschung als kontinuierlicher Prozeß</i>	19
<i>Empirische Daten und soziale Prozesse</i>	25
<i>Wege künftiger Forschung</i>	32
Kapitel I Einführung	35
<i>Eine neue Forschungsmethode</i>	37
<i>Ein Wegweiser für den Leser</i>	42
Kapitel II Erie County, Ohio, 1940	44
<i>Die wirtschaftliche Struktur des Kreises</i>	45
<i>Das politische Leben im Kreis</i>	47
<i>Der gesellschaftliche Rahmen der Studie</i>	47
Kapitel III Soziale Unterschiede zwischen Republikanern und Demokraten	51
<i>Die Rolle des sozioökonomischen Status</i>	51
<i>Religion und Alter</i>	57
<i>Ein Index der politischen Prädisposition</i>	60
Kapitel IV Ideologische Unterschiede zwischen Republikanern und Demokraten	63
<i>Ökonomische und soziale Einstellungen</i>	63
<i>Politische »Extrovertierte«</i>	67
<i>Der Krieg in Europa</i>	70
<i>Parteianhänger und Parteiargumentation</i>	72
Kapitel V Teilnahme an der Wahl	75
<i>Wer sind die Interessierten?</i>	77
<i>Das geringste Interesse an der Wahlkampagne – der Nicht-Wähler</i>	80

<i>Intensivste Teilnahme am Wahlkampf – die Meinungsführer</i>	84
Kapitel VI Der Zeitpunkt der endgültigen Entscheidung	88
<i>Interesse und der Zeitpunkt der Entscheidung</i>	89
<i>Entgegengesetzte Einflüsse und der Zeitpunkt der Entscheidung</i>	92
<i>Die Wirkung der entgegengesetzten Einflüsse</i>	97
<i>Interessenintensität und entgegengesetzte Einflüsse</i>	98
Kapitel VII Die Typen des Meinungswechsels	102
<i>Die Zeit der endgültigen Entscheidung und die »Wechsler«</i>	103
<i>Meinungswechsel, Interessenintensität und entgegengesetzte Einflüsse</i>	105
<i>Die Persönlichkeitsmerkmale der »Wechsler«</i>	107
<i>Die Wankelmütigkeit der »Wechsler«</i>	108
<i>Die Geschichte der »Wechsler«</i>	108
Kapitel VIII Der Aktivierungseffekt	110
<i>Der Aktivierungsprozeß</i>	111
<i>Die vier Stufen der Aktivierung</i>	112
<i>Propaganda verstärkt die Aufmerksamkeit</i>	113
<i>Intensiveres Interesse führt zu stärkerer Aufgeschlossenheit</i>	115
<i>Die Aufmerksamkeit ist selektiv</i>	118
<i>Die Stimmen kristallisieren sich</i>	120
<i>Einige Beispiele für die Aktivierung politischer Prädispositionen</i>	121
Kapitel IX Der Verstärkereffekt	124
<i>Parteiabhängerschaft, Aufgeschlossenheit für die Propa- ganda der eigenen Partei, bestärkte Anhängerschaft</i>	126
<i>Die Verstärkung aus der Sicht der Bestärkten</i>	128

Kapitel x	Die Meinungsänderung	131
	<i>Der Streit über die »dritte Amtszeit«:</i>	
	<i>ein Beispiel für die Meinungsänderung</i>	134
	<i>Willkie, der Vorkämpfer der Armen</i>	136
	<i>Die »Zweifler«</i>	136
Kapitel xi	Die Gesamtwirkung des Wahlkampfes	139
	<i>November 1936 bis Mai 1940 im Vergleich zu</i>	
	<i>Mai bis Oktober 1940</i>	139
	<i>Abschätzung der Wirkungen des Wahlkampfes</i>	140
Kapitel xii	Die Einschätzung der Siegeschancen	143
	<i>Wechsel der Einschätzung der Siegeschancen</i>	144
	<i>Der »Bandwagon« – Effekt</i>	145
Kapitel xiii	Was den Wählern mitgeteilt wurde	148
	<i>Parteinahme: Wie viele unterstützten wen?</i>	149
	<i>Schwerpunkte und Hauptthemen</i>	153
	<i>Der Mittelpunkt des Wahlkampfes: Roosevelt</i>	155
	<i>Der Zweck des Wahlkampfes: Geschichte, Geld,</i>	
	<i>Sicherheit</i>	156
	<i>Die Mittel: Je weniger gesagt wird . . .</i>	157
	<i>Emotionale Begriffe: Die Etiketten des</i>	
	<i>Wahlkampfes</i>	157
Kapitel xiv	Der Rundfunk und die Presse	159
	<i>Die Konzentration der Aufgeschlossenheit</i>	
	<i>gegenüber der Wahlpropaganda</i>	160
	<i>Wer las und hörte etwas über Politik?</i>	163
	<i>Was ist einflußreicher – der Rundfunk oder</i>	
	<i>die Zeitung?</i>	164
	<i>Rundfunk und Zeitung als Ursachen der Meinungs-</i>	
	<i>änderung</i>	166
	<i>Ein Medium für jede Partei</i>	168
	<i>Die Zeitschrift als spezialisiertes Kommu-</i>	
	<i>nikationsmedium</i>	173

Kapitel xv	Die politische Homogenität sozialer Gruppen	176
	<i>Soziale Schichtung und politische Homogenität</i>	177
	<i>Die politische Struktur der Familie</i>	180
	<i>Die Rolle der Verbände</i>	185
	<i>Die Eingliederung der Meinungen</i>	187
	<i>Die Wahl als eine soziale Erfahrung</i>	188
Kapitel xvi	Die Natur des persönlichen Einflusses	190
	<i>Persönliche Kontakte erreichen die Unschlüssigen</i>	190
	<i>Der zweistufige Kommunikationsfluß</i>	191
	<i>Die Zweckfreiheit persönlicher Kontakte</i>	192
	<i>Die Flexibilität bei der Überwindung von Widerständen</i>	193
	<i>Die Belohnung für Konformität</i>	194
	<i>Vertrauenspersonen</i>	195
	<i>Überredung ohne Überzeugung</i>	197
	<i>Praktische Folgerungen</i>	198
Anhang		201
	<i>Anmerkungen</i>	203
Anhang B	Die Konstruktion der Indizes	225
	<i>Der Index der politischen Prädispositionen</i>	225
	<i>Der Index der politischen Aktivität</i>	226
	<i>Der Index des Meinungsumfanges</i>	227
	<i>Der Index der Zeitschriftenlektüre über den Wahlkampf</i>	228
	<i>Der Index der Zeitungslektüre über den Wahlkampf</i>	228
	<i>Der Index des Rundfunkhörens</i>	228
	<i>Der Index der allgemeinen oder gesamten Aufgeschlossenheit für den Wahlkampf</i>	229
	<i>Der Index für die Richtung der politischen Aufgeschlossenheit</i>	230
	<i>Der Index der Übereinstimmung mit den Argumenten beider Seiten</i>	231