

# Großstadt Massenkommunikation Stadt-Land-Beziehungen

von Herbert Kötter  
René König  
Alphons Silbermann

2., völlig neubearbeitete Auflage



Ferdinand Enke Verlag Stuttgart 1977

# Inhalt Band 10

## Stadt-Land-Beziehungen Großstadt · Massenkommunikation

Vorbemerkung des Herausgebers zu Band 10 . . . . . VII

*Zur Soziologie der Stadt-Land-Beziehungen. Von Herbert Kötter,  
unter Mitwirkung von Hans-Joachim Krekeler, beide Bonn*

I. Von der Unklarheit des Gegensatzes Stadt und Land . . . . .	1
II. Das Stadt-Land-Kontinuum . . . . .	4
III. Soziologie der Stadt-Land-Beziehungen . . . . .	11
IV. Wandlungen von Stadt und Land . . . . .	17
V. Der systemtheoretische Ansatz . . . . .	24
VI. Intensivierung der Kontakte zwischen Stadt und Land . . . . .	31
Ausgewählte Literatur . . . . .	33

*Großstadt. Von René König, Köln*

I. Einleitung: Ideologische Momente in der Großstadt-Soziologie	42
II. Die Großstadt in der Geschichte . . . . .	51
III. Demographie und Ökologie . . . . .	58
IV. Strukturanalyse . . . . .	71
V. Kulturelle Aspekte . . . . .	92
VI. Großstadt-Typologie und Idiographie . . . . .	105
VII. Die städtische Explosion in der Dritten Welt . . . . .	112
VIII. Idiographische Erfassung der Großstadt . . . . .	123
Ausgewählte Literatur . . . . .	126

*Massenkommunikation. Von Alphons Silbermann, Köln*

I. Empirische Sozialforschung und Massenkommunikation . . .	146
A. Vorbemerkungen . . . . .	146
B. Entwicklung und gegenwärtiger Stand der Soziologie der Massenkommunikation . . . . .	157
II. Hauptergebnisse empirischer Sozialforschung auf dem Gebiet der Massenkommunikation . . . . .	167
A. Einführende Werke und Arbeitsmaterialien . . . . .	167
1. Bibliographien und Lexika . . . . .	167
2. Periodika . . . . .	168
3. Reader und Anthologien . . . . .	168
4. Lehrbücher und synoptische Artikel . . . . .	169
B. Ansätze zu einer sozialwissenschaftlichen Theorie der Kommunikation . . . . .	170
1. Der Kommunikationsprozeß . . . . .	170
2. Der Kommunikator . . . . .	176

3. Der Inhalt . . . . .	182
a) Interessenrichtung: Art und Reihenfolge der Darbie- tung des Inhalts . . . . .	182
b) Interessenrichtung: Struktur und Bekanntheitsgrad . . . . .	183
c) Interessenrichtung: Sozialpsychologische Faktoren . . . . .	184
4. Die Medien . . . . .	186
5. Der Empfänger (Rezipient) . . . . .	188
6. Wirkungen . . . . .	194
C. Medienorientierte Untersuchungen . . . . .	204
1. Presse . . . . .	205
2. Film . . . . .	211
3. Rundfunk . . . . .	221
4. Fernsehen . . . . .	229
5. Buch – Schallplatte . . . . .	240
III. Sonderprobleme der neueren Massenkommunikationsfor- schung . . . . .	243
A. Massenkommunikation und sozialer Wandel . . . . .	244
B. Massenkommunikationsforschung und die zukünftige Entwicklung der Kommunikationstechniken . . . . .	247
Ausgewählte Literatur . . . . .	251
Namenregister . . . . .	279
Sachregister . . . . .	298