

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
DAS PROGRAMM DER NEUEN AUSGABE	9
DIE PUBLIZISTIK ALS WISSENSCHAFT	14
I. DIE PUBLIZISTISCHE AUSSAGE	23
A. Das Wesen der Aussage	24
1. <i>Die Öffentlichkeit</i>	27
2. <i>Die Aktualität</i>	30
3. <i>Die Inhalte</i>	34
B. Die Ursprünge der Aussage	40
1. <i>Das primäre Ereignis</i>	42
2. <i>Das sekundäre Ereignis</i>	45
C. Die Träger der Aussage	47
1. <i>Das Individuum</i>	47
2. <i>Die Gruppe</i>	51
3. <i>Die Masse</i>	55
D. Die Mittel der Aussage	57
1. <i>Die körperlichen Mittel</i>	57
2. <i>Die geistigen Mittel</i>	60
3. <i>Die technischen Mittel</i>	64
E. Grenzgebiete der publizistischen Aussage	75
1. <i>Die Politik</i>	76
2. <i>Die Wirtschaft</i>	80
3. <i>Die Kunst</i>	83
4. <i>Die Wissenschaft</i>	86
5. <i>Die Religionen</i>	89
F. Schranken der Aussage	91
1. <i>Sitte und Gesetz</i>	92
2. <i>Die besonderen publizistischen Schranken</i>	95
3. <i>Das publizistische Verantwortungsgefühl</i>	97
II. DER PUBLIZISTISCHE PROZESS	99
A. Das Ereignis	99
1. <i>Die geistige Erfassung</i>	100
2. <i>Die Verarbeitung</i>	104
3. <i>Die Weitergabe</i>	112

B. Der Empfänger	121
1. <i>Der Kreis der Empfänger</i>	122
2. <i>Die Intensität des Empfanges</i>	128
3. <i>Einzel- und Kollektivempfang</i>	131
4. <i>Die Mittel des Empfanges</i>	137
5. <i>Die Grenzen des Empfanges</i>	140
C. Die Wirkung	142
1. <i>Die Begegnung mit der Aussage</i>	144
2. <i>Die Breiten- und Tiefenwirkung</i>	146
3. <i>Die Frage des Vertrauens</i>	148
4. <i>Die Wirkung der formalen Mittel</i>	151
5. <i>Die Verwandlung des Bewußtseins</i>	160
III. DIE PUBLIZISTISCHE ERSCHEINUNG (VERTIKAL)	168
A. Bis zur Erfindung des Buchdrucks	171
1. <i>Despotie und Tyrannis</i>	172
2. <i>Die griechisch-römische Ära</i>	175
3. <i>Der Lebensraum des Mittelalters</i>	183
B. Die Publizistik der Neuzeit	189
1. <i>Das 16. Jahrhundert</i>	190
2. <i>Das absolutistische Zeitalter</i>	197
3. <i>Die demokratische Ära</i>	204
C. Das technische Zeitalter	211
1. <i>Das Fernmeldewesen</i>	212
2. <i>Die Massenpresse</i>	218
3. <i>Der Rundfunk</i>	224
4. <i>Der Film</i>	229
IV. DIE PUBLIZISTISCHE ERSCHEINUNG (HORIZONTAL)	236
A. Der insulare Typ	238
1. <i>Großbritannien</i>	239
2. <i>Die Vereinigten Staaten</i>	248
B. Der kontinentale Typ	257
1. <i>Frankreich</i>	258
2. <i>Deutschland</i>	263
DIE PUBLIZISTIK ALS LEHRE	274

BEGRIFFE UND METHODEN PUBLIZISTISCHER FORSCHUNG
(AUS »PUBLIZISTIK«, 1. JG. 1956, HEFT 1) 277

Die Rhetorik 278, Die Presse 279, Die publizistischen Medien 281,
Die Aussage 282, Öffentlichkeit 283, Aktualität 284, Aussage-
Mittel 285, Kontinuität 286, Universalität 286, Kollektivität 287,
Periodizität 287, Kommerzialität 287, Technische Herstellung 288,
Aussage-Träger 288, Aussage-Ziele 289, Aussage-Prozeß 291, Aus-
sage-Gestaltung 291, Aussage-Formen 292, Aussage-Empfänger 293,
Aussage-Wirkung 293, Aussage-Umwelt 295.

BIBLIOGRAPHIE WALTER HAGEMANN 296

BIBLIOGRAPHIE UND DOKUMENTATION 305

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS 307

REGISTER 308