

Inhaltsverzeichnis

7 Vorwort

Massenkommunikation –

- 9 **ein Problem der Industriegesellschaft**
- 9 Zur Einführung: Die Rolle der Publizistik
- 12 Auf der Suche nach einer Theorie
- 14 Versuch einer neuen Fragestellung
- 16 ‚Manipulation ist eine Befürchtung‘
- 17 Das wichtigste Medium: Die Sprache
- 18 Kommunikation ist eine Chance
- 19 Gesucht: Didaktik der Kommunikation
- 21 ‚Sprache ist eine Waffe‘
- 23 Die politische Rede ist eine Kunst

- 25 **Der Irrtum von der Allmacht der Massenmedien**
- 25 Kommunikation ist niemals einseitig
- 26 Massenemission ist noch keine Massenkommunikation
- 27 Veraltete Gesellschaftstheorie
- 29 Relative Unwirksamkeit – mittelbare Wirksamkeit
- 30 Vierzig Jahre Wirkungsforschung
- 32 Daten für psychologische Kriegsführung
- 34 Festingers ‚Dissonanztheorie‘
- 36 Tendenz zur ‚Quellenharmonisierung‘
- 37 Die Basisuntersuchung von 1940
- 39 ‚Meinungsführer‘ oder ‚Informationsführer‘?

- 40 **Die Zweistufen-Kommunikationstheorie**
- 40 Keine ‚Zauberformel‘, aber eine brauchbare Arbeitsgrundlage
- 42 Wie weit folgt das Publikum direkt?
- 44 Schneller als die Medien
- 46 Keine Erkenntnis ohne Erfahrung
- 47 Wie schützt sich das Publikum?

- 49 **Wie direkt wirkt das Fernsehen?**
- 49 90 Prozent sehen häufig fern
- 51 Kinder besonders gefährdet?
- 54 Entpolitisierung durch Fernsehen?

- 56 Fernsehen und Wahlen
58 Die Fernsehdiskussion im Wahlkampf
60 Bringt Langzeit-Wirkungsforschung die Lösung?
62 Niederschmetternde Einzelergebnisse
- 65 **Medienpolitik — ein Mittel vorzubeugen?**
65 Zensur hat keine Revolution verhindert
67 Medienpolitik als Verfassungsauftrag
68 Es geht um die Pressefreiheit
- 74 **Gesellschaftliche und politische Wirkungen**
74 Journalismus und Konformismus
75 Die These von der ‚Schweigespirale‘
76 Mängel journalistischer Arbeit
78 Es bleiben offene Fragen
81 Die Konkurrenz der Massenmedien
82 Informationssysteme der Organisationen
85 Erfolgreiche Untergrundkommunikation
87 Neues Forschungsziel:
Wie entstehen die Aussagen?
- 92 **Die Bedeutung der Massenkommunikation**
92 Ein gesellschaftliches Subsystem
94 Lernfähigkeit und sozialer Wandel
96 Massenmedien — Faktor sozialen Wandels
- 99 **Zusammengefaßt:
Neun Thesen zur Wirkungsdiskussion**
- 105 **Anmerkungen**
108 **Ergänzende Literaturhinweise**
110 **Personen- und Sachregister**