Inhalt

Vorbemerkung	5
Abbildungsverzeichnis	9
1 Medienwirkungsforschung und Mediensoziologie.	
Eine einleitende Übersicht	11
Mediengeschichte und Medienwirkung	11
Persuasion	16
Publikumsaktivität	19
Sozialer Kontext	21
Medien und Gesellschaft	24
Strukturierung	26
Medienzukunft	30
Zum Aufbau des Buches	31
2 Umstände: die Medienentwicklung im Überblick	33
Modelle der Medienentwicklung	33
Medienentwicklung und gesellschaftliche Veränderungen	36
Massenkommunikation in historischer Perspektive	40
Beginn und Aufstieg der Massenkommunikationsforschung	43
3 Wer? Die Senderebene	47
Signale und Störquellen	47
Gatekeeper	51
Meinungsführer und das aktive Publikum	54
Neue Herausforderungen für den Journalismus	61
4 Was? Ein Blick auf die Inhalte	65
Agenda Setting	65
Priming und Framing	69
Medienthemen und Alltagsthemen	71
Kultivierungsprozesse	74
Inhaltsanalyse als Auswahlverfahren	78

5	In welchem Kanal? Besonderheiten der Trägermedien	83
	Kanäle und Medien	83
	Massenkommunikation	85
	Interaktion und Kommunikation	87
	Das Medium ist die Botschaft	88
	Situativer Ansatz	92
6	Zu Wem? Das Publikum	97
	Publikum	97
	Aktivität und Passivität	98
	Vielfalt und Entscheidung	102
	Zielgruppen	108
	Lebensstile	112
7	Für welchen Zweck? Funktionszuschreibungen	117
	Information und Wissen	117
	Digital Divide	121
	Integration	123
	Segmentierung	128
	Gratifikationen	132
8	Mit welchem Effekt? Wirkungsfelder	141
	Ursache und Wirkung	141
	Art	145
	Stärke	149
	Zeit und Dauer	153
	Entwicklung	155
	Richtung und Verlauf	158
	Objekt	160
	Zielebene	162
	Wirkungsweise	165
	Vorsatz und Absicht	170
9	Ein Ausblick in die Medienzukunft – Prognosen und Überraschungen	175
	Literaturverzeichnis	185