

Abbildungsverzeichnis	XI
1 Medienwirkungsforschung und Mediensoziologie	1
Mediengeschichte und Medienwirkung	1
Persuasion	6
Publikumsaktivität	8
Sozialer Kontext	10
Medien und Gesellschaft	13
Strukturierung	15
Medienzukunft	18
Zum Aufbau des Buches	19
2 Umstände: die Medienentwicklung im Überblick	21
Modelle der Medienentwicklung	21
Medienentwicklung und gesellschaftliche Veränderungen	24
Massenkommunikation in historischer Perspektive	28
Beginn und Aufstieg der Massenkommunikationsforschung	31
3 Wer? Die Senderebene	35
Signale und Störquellen	35
Gatekeeper	38
Meinungsführer und das aktive Publikum	42
Neue Herausforderungen für den Journalismus	48

4 Was? Ein Blick auf die Inhalte	51
Agenda Setting	51
Priming und Framing	56
Medienthemen und Alltagsthemen	58
Kultivierungsprozesse	62
Inhaltsanalyse als Auswahlverfahren	66
5 In welchem Kanal? Besonderheiten der Trägermedien	69
Kanäle und Medien	69
Massenkommunikation	71
Interaktion und Kommunikation	73
Das Medium ist die Botschaft	74
Situativer Ansatz	78
6 Zu Wem? Das Publikum	83
Publikum	83
Aktivität und Passivität	85
Vielfalt und Entscheidung	88
Zielgruppen	94
Lebensstile	97
7 Für welchen Zweck? Funktionszuschreibungen	103
Information und Wissen	103
Digital Divide	107
Integration	109
Segmentierung	113
Gratifikationen	116
8 Mit welchem Effekt? Wirkungsfelder	123
Ursache und Wirkung	123
Art	127
Stärke	130
Zeit und Dauer	134
Entwicklung	137
Richtung und Verlauf	139
Objekt	141
Zielebene	143
Wirkungsweise	146
Vorsatz und Absicht	151

9	Ein Ausblick in die Medienzukunft –	
	Prognosen und Überraschungen	155
	Literaturverzeichnis	163