

Inhalt

Vorwort	7
1 Die Merkmale von Propaganda	19
I. Äußere Merkmale	22
II. Innere Merkmale	53
III. Die Kategorien von Propaganda	86
2 Die Existenzbedingungen von Propaganda	121
I. Soziologische Bedingungen	123
II. Die objektiven Bedingungen von Propaganda, den Menschen betreffend.	142
3 Notwendigkeit von Propaganda	159
I. Die Notwendigkeit von Propaganda für die Macht	163
II. Die Notwendigkeit von Propaganda für das Individuum ...	184
4 Auswirkungen von Propaganda auf die Psyche	214
5 Die gesellschaftspolitischen Wirkungen	252
I. Propaganda und Ideologie	252
II. Auswirkungen auf die Struktur öffentlicher Meinung	262
III. Propaganda und Gruppierungen	274
IV. Propaganda und Demokratie	299

Anhang I: Wirksamkeit von Propaganda	331
I. Schwierigkeiten bei der Messung der Wirksamkeit	331
II. Die Unwirksamkeit von Propaganda	354
III. Die Wirksamkeit von Propaganda	366
IV. Die Grenzen von Propaganda.	377
Anhang II: Mao Zedongs Propaganda	388
I. Während des Krieges: 1926 bis 1949	389
II. Ab 1949	392
III. Gehirnwäsche.	397
Nachtrag I: Die entfremdende Information	401
Information in einer Gesellschaft	403
Entfremdung durch Einbeziehung in einen Informationszusammenhang.	405
Entfremdung durch Integration ins Gesellschaftssystem.	413
Nachtrag II: Information und das System Technik	417
Modelle und Grenzen von Untersuchungen zu Kommunikation.	418
Existenzielle und strukturelle Informationen.	422
Rahmenbedingungen für die Aufnahme von Information	424
Desinformation.	428
Das abwesende oder abgewiesene Wort	429
Anmerkungen	434