

Inhalt

Vorwort	VII
I. Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	1
II. Dokumentationsübersicht: Zum Forschungsstand der Medienwirkungsforschung	5
III. Aufbau und Methode der Dokumentation	26
IV. Katalog der Beiträge und Studien	29
1. <i>Wirkung der Massenkommunikation auf Einstellungen, Lernen und Verhalten</i>	29
1.1 Persuasionsforschung	29
1.2 Selektive Zuwendung, Einstellungsstrukturen	42
1.3 Wirkung formaler Angebotsweisen	47
2. <i>Interpersonale Kommunikation und Diffusion</i>	52
3. <i>Wirkungen von Gewaltdarstellungen</i>	56
3.1 Studien mit experimentellem Design	56
3.2 „Natürliche“ Designs, Feldversuche, Langzeitwirkung	65
4. <i>Vielseherforschung und Kultivierungsanalyse</i>	74
5. <i>Realitätskonstruktion und Stereotypisierung</i>	87
6. <i>Sozialisationswirkungen</i>	101
7. <i>Agenda-Setting: Themenstrukturierungseffekte</i>	110
8. <i>Wissens- und Kommunikationskluft</i>	135
9. <i>Systemeffekte, Dependenztheorie, Schweigespirale</i>	145
10. <i>Publikums- und Nutzungsforschung</i>	154
10.1 Mediennutzung	154
10.2 Gratifikationsforschung	167
V. Sachverzeichnis	203