

DENIS McQUAIL

Soziologie  
der Massenkommunikation

VERLAG VOLKER SPIESS, BERLIN

---

1973

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kapitel I</b>	<b>Massenmedien und moderne Gesellschaft</b>	7
	1. Die Charakteristiken der Massenkommunikation	12
	2. Das "Massen"-Kontinuum	15
	3. Einige Einflüsse auf die moderne Gesellschaft	16
<b>Kapitel II</b>	<b>Massengesellschaft, Massenkultur und Massenmedien</b>	21
	1. Massenkultur	24
	2. Massenverhalten	28
	3. Folgerungen für Massenmedien und moderne Gesellschaft	30
<b>Kapitel III</b>	<b>Die empirische Tradition in der Soziologie der Massenkommunikation</b>	37
	1. Publikumsforschung	39
	2. Die Wirksamkeit und die Überzeugungskraft der Massenmedien	43
	3. Die allgemeinen gesellschaftlichen Folgen der Massenkommunikation	48
	4. Kommentar zur empirischen Forschungstradition	50
	5. Die empirische Forschungstradition und die Theorie der Massengesellschaft	52
<b>Kapitel IV</b>	<b>Neue Richtungen der Massenkommunikationsforschung</b>	55
	1. Massenkommunikation in wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung	56
	2. Massenkommunikationsorganisationen	60
	3. Der Inhalt der Massenkommunikation	63
	4. Der "Nutzungs- und Belohnungs-" Ansatz in der Massenkommunikationsforschung	66
	5. Massenmedien und Massengesellschaft – die Suche nach Alternativerklärungen	70
	6. Schlußfolgerung	72

<b>Kapitel V Wege zu einer Soziologie der Massenkommunikation</b>	<b>73</b>
<b>Annotierte Bibliografie</b>	<b>88</b>
<b>Personenregister</b>	<b>120</b>