

O T T O G R O T H

Die unerkannte
Kulturmacht

*Grundlegung
der Zeitungswissenschaft
(Periodik)*

5

Das Wirken des Werkes / 1

Verlag Walter de Gruyter & Co
Berlin 1963

INHALTSVERZEICHNIS

VIERTES BUCH

DAS WIRKEN DES WERKES

Dreizehnter Abschnitt

DIE WIRKUNGSMITTEL DES JOURNALISMUS

	Seite
84. KAPITEL: ALLGEMEINE WIRKUNGSMITTEL	3—35
Die Bedeutung der Willensbeeinflussung im Periodikum S. 3-4 — Die Unterscheidung von allgemeinen und spezifisch journalistischen Wirkungsmitteln S. 4 — Äußerliche Wirkungsmittel S. 5-6 — Die inhaltlichen Reizmittel und Diskussionskniffe ad rem S. 6-17 — Die dialektischen Kunstgriffe ad lectores S. 17-22 — Die argumentatio ad hominem S. 22-23 — Die nachrichtenpolitischen Mittel der Willensbeeinflussung S. 25-26 — Die Taktik in der Anwendung der Wirkungsmittel S. 26-32 — Die Moral der Willensbeeinflussung S. 33-35	
85. KAPITEL: DIE SPEZIFISCH JOURNALISTISCHEN WIRKUNGSMITTEL	36—66
Das Wirkungsmittel der Wiederholung mit Hilfe der Periodizität S. 36-42 — Die Ausnützung der Aktualität S. 42-45 — Die Ausnützung der Universalität S. 45-47 — Die Mittel der Publizität, insbesondere das Schlagwort S. 47-52 — Die Wirkungsmittel der Materialisation des Werkes S. 52-54 — Der Wettbewerb zwischen dem Journalisten und dem Redner S. 54-56 — Die Erregung der Aufmerksamkeit und des Interesses S. 56-60 — Die Pointierung S. 60-61 — Normen der publizistischen Wirkungsmittel S. 62-66	

Vierzehnter Abschnitt

DAS WERK UND DIE SOZIALGEBILDE

EINFÜHRUNG: Die Beziehungen und Wechselwirkungen zwischen den Sozialgebilden und dem Periodikum	66—77
86. KAPITEL: DIE ÖFFENTLICHKEIT (DIE ÖFFENTLICHE MEINUNG)	77—152
Der Begriff der Öffentlichkeit S. 77-78 — Das Wesen der Öffentlichkeit S. 78-82 — Objektiver Geist und Öffentliche Meinung S. 82-85 — Die mehrfache Bedeutung von „Öffentlicher Meinung“ S. 83-85 — Die Träger der öffentlichen Meinungen S. 85-88 — Die Inhalte der öffentlichen Meinungen S. 88-92 — „Wahre“ und „unwahre“	

- oder „wirkliche“ und „angebliche“ öffentliche Meinung S. 92–96 — Die Vorwürfe gegen die öffentliche Meinung S. 96–108 — Einheit und Vielfalt der öffentlichen Meinung S. 108–110 — Die „Aggregatzustände“ der öffentlichen Meinungen S. 110–111 — Die Macht der öffentlichen Meinung S. 111–116 — Die periodische Presse und die öffentliche Meinung S. 116–145 — Die periodische Presse zwischen Öffentlichkeit und gesellschaftlichen Mächten S. 145–146 — Die Selbständigkeit der periodischen Presse S. 146–150 — Die Dreiheit: Öffentlichkeit — Periodikalische Individualität — Gesellschaftliche Macht S. 150–152.
87. KAPITEL: DAS PUBLIKUM 152—229
 Der Begriff des Publikums S. 152–155 — Das Wesen des Publikums S. 155–178 — Das Publikum, ein Sozialgebilde der Neuzeit S. 179–180 — Die Abgrenzung des Publikums von anderen Sozialgebilden S. 180–182 — Die Bedeutung des Publikums S. 182–186 — Die Publika des Periodikums S. 186–190 — Die Differenziertheit der Bindung in den periodikalischen Publika S. 190–198 — Das „Wir“-Bewußtsein der periodikalischen Publika S. 198–207 — Die Erhaltung der Individualitäten in den periodikalischen Publika und ihre Folgen, insbesondere die Aktivität jedes periodikalischen Publikums S. 207–215 — Die Typen der periodikalischen Publika S. 213–218 — Das Verhältnis des Periodikums zum Publikum: Abhängigkeit und Führung S. 218–227 — Die Bedeutung der periodikalischen Publika für die öffentliche Meinung S. 228–229.
88. KAPITEL: GEMEINSCHAFT UND GESELLSCHAFT 229—256
 Die TÖNNIESSche Unterscheidung der sozialen Verbände (Gruppen) in Gemeinschaft und Gesellschaft S. 229–235 — Die Gemeinsamkeiten von Gemeinschaft und Gesellschaft S. 235–240 — Das Wesen der Gemeinschaft S. 240–243 — Die Gemeinschaften und ihre Periodika S. 243–251 — Das Wesen der Gesellschaft S. 251–253 — Die Gesellschaften und ihre Periodika S. 253–256.
89. KAPITEL: DIE PARTEI 257—352
 Die Begriffe der Partei S. 257–259 — Das Wesen der politischen Partei S. 259–263 — Die Parteiführung S. 263–268 — Die wechselseitige Verknüpfung von Partei und periodischer Presse, Maßnahmen und Einrichtungen S. 268–286 (die Pressekommissionen S. 274–279, die Pressekonferenzen S. 281–283, die Parteikorrespondenzen S. 284–286) — Die offizielle und die offiziöse Parteipresse S. 286–295 — Die „Partei richtungspresse“ S. 295–297 — Die neutrale oder unparteiische Presse S. 297–300 — Die Parteytypen und die typische Gestaltung ihrer periodischen Presse S. 300–308 — Führerschaft und Presse S. 308–312 — Die Stellung der Parteijournalisten, ihre Führeraussichten S. 312–323 — Lehren S. 323–327 — Bedeutung und Zukunft der Parteipresse S. 327–332.

Fünfzehnter Abschnitt

DAS WERK UND DIE KULTURSYSTEME

90. KAPITEL: DER STAAT	333—674
Wesen und Zweck des Staates S. 333—346 — Das Verhältnis der periodischen Presse zum Staat S. 346—350 — Der Einfluß des Staates auf die periodische Presse im allgemeinen S. 350—372 — Die Struktur des Staates und die periodische Presse: Staatenbund und Bundesstaat S. 372—378 — Einheitsstaat S. 378—379 — Die Staatsform und die periodische Presse: die absolute Monarchie S. 379—389, die konstitutionelle Monarchie (die Pressepolitik BISMARCKS und BEUSTS; das „System HAMMANN“) S. 389—410 — Der demokratisch-parlamentarische Staat S. 410—418 — Die Diktatur S. 418—433 — Die materialen Staatstypen und die periodische Presse: der Wohlfahrts-(Polizei-)Staat S. 433—436 — der Rechts-(Nachtwächter (Staat S. 436—439 — der moderne Sozial-(Fürsorge-)Staat S. 439—442 — der sozialistische (kommunistische) Staat diktatorischer Prägung S. 443—444 — Die einzelnen Pressemaßnahmen und -einrichtungen des Staates: die Staatsvollsozialisierung S. 444—445 — die offizielle Staats- oder Regierungszeitung S. 445—449 — die offiziellen Zeitungen und Zeitschriften S. 449—453 — die Verbindung mit dem Korrespondenzwesen, insbesondere den Telegraphenagenturen S. 453—455 — die unmittelbare Verbindung der Staatsführung durch Instruktionen und Informationen mit der periodischen Presse S. 456—457 — der persönliche, gesellschaftliche Verkehr staatlicher Persönlichkeiten mit Journalisten S. 457—459 — die Pflege der Public Relations S. 459—461 — die Presse-Attachés S. 461—462 — die Pressekonferenz S. 462—470 — die amtlichen Pressestellen S. 470—491 — die staatliche Mitarbeit an der organisatorischen Ordnung des Berufs (Pressekammern, Presseausschüsse, Presseräte, Press-Councils) S. 491—499 — Die Staatstypen S. 500—502 — Die einzelnen Staatsorgane: die Regierungen S. 502—506 — die Diplomatie S. 506—513 — die Heeresleitung S. 513—519 — die Verwaltung S. 519—538 — die Justiz S. 538—565 — das Parlament S. 566—604 — die Selbstverwaltung, insbesondere die Gemeindeverwaltung S. 605—630 — Entwicklungsgesetze: die Zunahme der äußeren und inneren Verbundenheit der periodischen Presse mit dem Staat S. 630—634 — das Gesetz der zunehmenden Publizität S. 634—636 — das Entwicklungsgesetz der zunehmenden Pressefreiheit S. 636—651 — das Gesetz der Internationalisierung der staatlichen Beziehungen zur periodischen Presse S. 651—662 — Regeln für die Beziehungen zwischen Staat und Presse S. 662—674.	
LITERATUR UND ANMERKUNGEN	675—682

INHALTSVERZEICHNIS

VIERTES BUCH

DAS WIRKEN DES WERKES

(Fortsetzung)

Fünfzehnter Abschnitt

DAS WERK UND DIE KULTURSYSTEME

(Fortsetzung)

	Seite
91. KAPITEL: DIE WIRTSCHAFT	3—73
Der Standort der Wirtschaft im Periodikum S. 5—7 — Das Wesen des Kapitalismus S. 7—10 — Das Periodikum im Gefolge der kapitalistischen Entwicklung S. 10—18 — Der Gegensatz zwischen Wirtschaft und Periodikum S. 18—20 — Das Eindringen der Wirtschaftsmächte in die periodische Presse und seine Zwecke S. 20—30 — Die Macht der Wirtschaft über die periodische Presse in den großen Kulturländern S. 30—37 — Die Bedrohung der Pressefreiheit durch die Wirtschaft S. 37—38 — Die einzelnen Presseeinrichtungen der Wirtschaft S. 38—54 — Die Dienste des Periodikums für die Wirtschaft S. 54—67 — Reinigung des Verhältnisses zwischen Wirtschaft und Periodikum S. 67—73.	
92. KAPITEL: DIE TECHNIK	73—134.
Der Begriff S. 73—75 — Der Geist der Technik und des Technikers S. 75—79 — Die Macht der Technik und ihre Grenzen S. 79—86 — Das Verhältnis der Technik zur periodischen Presse S. 86—108 — Die „Erlösung“ der Technik S. 108—123 — Eine Zwischenfrage: Kultur oder Zivilisation? S. 123—132 — Die Stellung der periodischen Presse im Ganzen der Kultur S. 132—134.	
93. KAPITEL: DIE WISSENSCHAFT	134—167
Die Aufgabe der Wissenschaft und ihre Konsequenzen S. 134—158 — Die wissenschaftliche Persönlichkeit S. 138—144 — Das Verhältnis des Gelehrten zur Öffentlichkeit S. 144—147 — Die Macht der Wissenschaft, insbesondere ihr Einfluß auf die öffentliche Meinung S. 147 bis 151 — Wissenschaft und Periodikum S. 151—157 — Der wechselseitige Nutzen von Wissenschaft und Periodikum, insbesondere die Popularisierung S. 157—166 — Die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Zeitung S. 166—167.	

94. KAPITEL: DIE KUNST	167—339
Vorbemerkung: Meine Aufgabe S. 167 — Ist Journalismus Kunst S. 168—171 — Die Wesenszüge der Kunst S. 171—178 — Die Zweckmäßigkeit in der Kunst S. 178—181 — Gesetze der Kunst S. 181—189 — Die Einteilung der Künste und die Tendenz zu ihrer Vereinigung S. 189—192 — Der künstlerische Schöpfungsakt und die künstlerische Persönlichkeit S. 192—201 — Das allgemeine Bedürfnis nach dem künstlerischen Genuß und das ästhetische Urteil der Massen S. 201—207 — Die Erziehung des Volkes zur Kunst S. 207—210 — Der Einfluß der Kollektiva auf das Kunstschaffen S. 210—213 — Zeitliche Verschiebungen der Rangordnung der Künste S. 213—214 — Die einzelnen Kunstarten: 1. Die Dichtkunst S. 214—217 — 2. Die Schauspielkunst S. 218—220 — 3. Die Musik S. 220—224 — 4. Die Tanzkunst S. 224—225 — 5. Die Malerei (und Graphik) und die Plastik S. 225—229 — 6. Die Architektur S. 229—232 — 7. Die Gartenarchitektur S. 232—233 — 8. Das Kunstgewerbe S. 233 — 9. Die „Filmkunst“ S. 234—239 — 10. Die Photographie S. 239—240 — Die Macht der Kunst S. 240—246 — Die Wesensgegensätze von Kunst und Periodikum S. 246—250 — Die Berührungen von Kunst und Periodikum S. 250—258 — Die Mittlerdienste des Periodikums für die Kunst im allgemeinen: 1. Die Voraussetzungen der periodikalischen Vermittlung S. 258—260 — 2. Die Berichterstattung S. 260 — 3. Die periodikalische Kunstkritik überhaupt: a) Ihre Entstehung und Entwicklung S. 260—272 — b) Die Aufgaben, Anforderungen und Gefahren der Tageskritik S. 272—299 — c) Die Kritik der einzelnen Künste S. 299—325 — 4. Der belehrende Aufsatz S. 325—328 — Die Fachzeitschriften auf dem Gebiete der Kunst S. 328—335 — Die Zusammenarbeit der Künstlerschaft mit dem Journalismus S. 335—339.	
95. KAPITEL: DIE RELIGION (DIE KIRCHEN)	339—446
1. Religion im subjektiven Sinne (= Religiosität, Frömmigkeit) S. 339 bis 351 — 2. Die positive Religion als objektiver Geist S. 351—358 — 3. Religion als objektivierter Geist (religiöse Gemeinschaften, Kirchen) S. 358—370 — 4. Die Konfessionen: a) Die römisch-katholische Kirche S. 370—376 — b) Die protestantischen Kirchen S. 376—385 — Die Macht der Religion und der Kirchen S. 385—391 — Die Epochen des Verhältnisses zwischen den Kirchen und der periodischen Presse S. 391—407 — Die heutige Pressearbeit der Kirchen und die Wesensgegensätze zwischen Kirche und Periodikum S. 407—430 — Die Grundsätze einer Zusammenarbeit von Kirche und Periodikum S. 430—439 — Resümee und Kritik S. 439—446.	
LITERATUR UND ANMERKUNGEN	447—456

O T T O G R O T H

Die unerkannte Kulturmacht

*Grundlegung
der Zeitungswissenschaft
(Periodik)*

7

*Das Wirken des Werkes / 3
Das Werk im Ganzen der Kulturgesellschaft*

*Verlag Walter de Gruyter & Co
Berlin 1972*

INHALTSVERZEICHNIS

VIERTES BUCH

DAS WIRKEN DES WERKES

(Fortsetzung)

Sechzehnter Abschnitt

DAS WECHSELSEITIGE WIRKUNGSVERHÄLTNIS ZWISCHEN PERIODIKUM UND PUBLIKUM

	Seite
96. KAPITEL: DAS PERIODIKUM UND DIE BEDINGUNGEN SEINES WIREKENS	3—86
Die Frage der Wirksamkeit des Periodikums: „Macht der Presse“ S. 3—8 — Zusammenhang von Wirkung und Wesensmerkmalen: Universalität S. 9—12 — Aktualität S. 13—15 — Periodizität S. 16—17 — Publizität S. 18—19 — Der Vermittlungssinn der Zeitung als Basis ihrer Wirkung S. 20—22 — Journalistischer Führungsanspruch S. 22— 23 — Faktoren der Wirksamkeit: Zeitungsalter S. 23—25 — Standort S. 25—26 — Arten der Materialisation S. 26—29 — Erscheinungshäu- figkeit S. 30—31 — Erscheinungszeit S. 31—32 — Preis der Zeitungen S. 32—33 — Auflage und Verbreitung S. 33—35 — Technische Bedin- gungen S. 36—37 — Zeitungsstruktur eines Landes S. 37—38 — Ein- stellung der Leser S. 38—39 — Aufmachung S. 40—43 — Zeitungsstil S. 44—48 — Wirkung der verschiedenen journalistischen Mittel S. 48— 55 — Wirksamkeit verschiedener Zeitungstypen: Die Gesinnungs- (oder Richtungs-)Zeitung S. 55—56 — Die Sensationszeitung S. 56—57 — Die Informations- und Orientierungszeitung S. 57—58 — Die Familienzeitung S. 58—59 — Die Wirkung des Anzeigenteils S. 60—65 — Anzeigenteil in den verschiedenen Zeitungstypen S. 65—69 — Das Problem der Wirksamkeit der Zeitschriften S. 69—74 — Das „Charisma“ der Presse S. 74—79 — Einflußmöglichkeiten einzelner Persönlich- keiten S. 80—84	
97. KAPITEL: DAS PUBLIKUM UND SEIN VERHÄLTNISS ZUM PERIODIKUM	86—174
Empfänglichkeit als Grundvoraussetzung S. 87—90 — Kollektivum Publikum als eigener Faktor S. 90—100 — Das Publikum der periodi- schen Presse S. 100—106 — Möglichkeiten der Beeinflußbarkeit S. 106 —113 — Periodikum und Publikum S. 114—119 — Soziales Milieu und Wirksamkeit S. 119—126 — Zwischenmenschliche Kontakte S. 126— 131 — Lektüresituation und Wirksamkeit S. 131—137 — Geschlecht	

- und Alter als Wirkungsbedingungen S. 137–138 — Abhängigkeit von der Natur S. 138–140 — Die psychischen Voraussetzungen der Wirkung S. 139–159 — Typische Formen der Publikabildung S. 159–167 — Lesertypen S. 167–173 — Geschichtliche Entwicklung der Lesertypen S. 173–174
98. KAPITEL: DER WIRKUNGSVORGANG ZWISCHEN PERIODIKUM UND PUBLIKUM UND SEIN ERGEBNIS 174—265
 Führungsaufgabe des Periodikums? S. 174–179 — Geistige Suggestion S. 179–189 — Aktivität des Publikums (Selektivität) S. 189–194 — Die Beachtung der psychischen Grundvermögen S. 194–199 — Publika als Ausschnitte aus der Gesamtbevölkerung S. 199–203 — Wie liest der Zeitungsleser? S. 203–216 — Verhältnis von Aufmerksamkeit und Stoff S. 217–221 — Bevorzugung der ersten Seite S. 221–222 — Vertrautheit als Wirkungsfaktor S. 222–226 — Psychologische Bedingungen S. 227–234 — Die Differenziertheit des Verhältnisses zwischen Periodikum und Publikum S. 237–240 — Historische und nationale Unterschiede der Wirksamkeit S. 240–252 — Notwendigkeit der empirischen Wirkungsforschung S. 252–255 — Zusammenfassung: Geistige Macht und Eigenbedeutung des Periodikums S. 255–260 — Bedingtheit und Beschränkung der Wirksamkeit S. 260–265

FÜNFTES BUCH

DAS WERK IM GANZEN DER KULTURGESELLSCHAFT

- Seite
- VORBEMERKUNG 269—273
- Gesellschaft und Kultur, Begriff und Wesen 269—273
99. KAPITEL: DIE OBJEKTIVEN GRUNDTENDENZEN DER
 KULTURGESELLSCHAFTLICHEN GESAMTENTWICKLUNG . 273—385
 Das Periodikum als Glied der neuzeitlichen Kulturbewegung S. 273–290 — Die Presse als Produkt der Arbeitsteilung und Arbeitsvereinigung S. 291–303 — Das Kapital als Mittel der Arbeitsleistung S. 303–312 — Das Periodikum als Organisation S. 312–317 — Uniformierung des Textes? S. 317–321 — Gesetz der zunehmenden Rationalisierung und das Periodikum S. 321–332 — Macht der Tradition im Pressewesen S. 332–337 — Voluntarismus im Pressewesen S. 337–340 — Erweiterung der Öffentlichkeit und Wachstum der Presse S. 341–347 — Das Periodikum als „demokratische“ Institution S. 347–356 — Wachsende Bedeutung der Vermittlung S. 356–363 — Personalisierung und Versachlichung S. 363–372 — Mobilität in der modernen Gesellschaft S. 372–378 — Entwicklung der journalistischen Wirkungsmittel S. 378–383

100. KAPITEL: DIE SUBJEKTIVEN KRÄFTE DER KULTURBEWEGUNG 385—550
- Psychische Grundtendenzen des kultargesellschaftlichen Kosmos S. 385—403 — Individualismus und Universalismus in ihrer Auswirkung auf das Periodikum S. 403—411 — Veränderungs- und Beharrungsgeist als Grundverhaltensweisen S. 411—418 — Entwicklungsgesetz des zunehmenden Kommutativismus S. 418—423 — Konservativismus im Pressewesen S. 423—429 — Wesen und Bedeutung der Aktivität und Passivität S. 429—433 — Konstruktives und kumulatives Verhalten S. 433—438 — Grundauffassungsweisen im Verhältnis Mensch—Gegenwelt: Materialismus und Formalismus S. 438—444 — Realismus und Idealismus S. 444—452 — Gesellschaftsstruktur und Presse S. 453—456 — Nationalcharakter und Presse S. 456—466 — Journalistische Begabung des Deutschen S. 466—470 — Eigenschaften des deutschen Publikums S. 470—472 — Der französische Nationalcharakter und die Presse S. 472—481 — Der englische Nationalcharakter und die Presse S. 481—490 — Der amerikanische Nationalcharakter und die Presse S. 490—497 — Der russische Nationalcharakter und die Presse S. 497—505 — Die These vom Zeitgeist S. 505—511 — Formen und Inhalte des Kulturwandels S. 511—516 — Zeitgeist und Presse im historischen Wandel S. 516—526 — Zeitgeist in der modernen Presse S. 526—529 — Gesetzlichkeit des Kulturwandels S. 530—533 — Öffentliche Meinungen und Presse S. 533—535 — Glaubtheiten und Presse S. 536 — Moden und Presse S. 536—550
101. KAPITEL: DIE KULTURGESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES WERKES 550—623
- Faktoren für die Bedeutung des Periodikums S. 550—555 — Die Unentbehrlichkeit des Periodikums in der Moderne S. 555—563 — Bedeutung der Presse für die verschiedenen Gebiete des kultargesellschaftlichen Lebens: Politik S. 565—569 — Verwaltung S. 569—570 — Wirtschaft S. 570—574 — Technik S. 574—575 — Wissenschaft S. 575—577 — Kunst S. 577—580 — Sprache S. 581—586 — Religion S. 586 — Bedeutung für das tägliche praktische Leben S. 586—593 — Kritik an der Presse und ihrer Wirkung S. 593—608 — Wirksamkeit und Struktur der periodischen Presse S. 608—612 — Bedeutung des Zeitschriftenwesens der Gegenwart S. 612—616 — Zukunft der periodischen Presse S. 616—622 — Ethik der journalistischen Berufe S. 622—632