



# Modelle zur Medienwirkung (German Edition)

*Katharina Wilsdorf*

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Modelle zur Medienwirkung (German Edition)

*Katharina Wilsdorf*

## **Modelle zur Medienwirkung (German Edition)** Katharina Wilsdorf

Studienarbeit aus dem Jahr 1999 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Theorien, Modelle, Begriffe, Note: 1,3, Universität Leipzig (Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft), Veranstaltung: Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Geschichtlicher Rückblick auf die Wirkungsforschung

Schon zum Ende des 19. Jahrhunderts begann man in der Sozialwissenschaft zu ergründen, welchen Einfluss die Presse auf Rezipienten, und somit auf die öffentliche Meinung hat. Max Weber strebte als Erster im Jahre 1910 eine „Soziologie des Zeitungswesens“ an. (Vgl. Schenk 1987, 3) Er schlug vor, eine grundlegende Presseanalyse durchzuführen, die unter anderem auch fragt: „... ´was bewirkt denn eigentlich dieses auf den von uns zu untersuchenden Wegen geschaffene Produkt, welches die Zeitung darstellt?“ (Schenk 1987, 3) Seit dieser Zeit gab es eine Menge Leute, die versucht haben genau diese oder auch ähnliche Fragen zu beantworten. Harold D. Lasswell ist einer der Ersten, der auf diesem Gebiet praktisch tätig wurde, indem er 1927 die Propagandastudien veranlasste. 1948 erschien dann die berühmte Lasswell-Formel „Who says what in which channel to whom with what effect?“

Der eigentliche Motor der Wirkungsforschung ist der Glaube an die Erreichbarkeit gerichteter und prognostizierbarer Wirkungen auf Wissen, Einstellungen und Verhaltensweisen in Wirtschaft und Politik. (Vgl. Schenk 1987, 5) Man glaubte zunächst an eine Allmacht der Medien, doch die Arbeiten von Paul F. Lazarsfeld und später dann Joseph Kapplers führten dazu, dies erheblich einzuschränken. Es ging sogar so weit, dass Kappler von einer „relativen Wirkungslosigkeit der Medien bei der Änderung bestehender Bedingungen: Die Medien würden bestehende Meinungen kaum verändern, sondern allenfalls verstärken.“ ausging. (Schenk 1987, 7) Heutzutage, zweifelt man die Wirkungslosigkeit der Medien wieder stark an, Elizabeth Noelle-Neumann sprach in diesem Zusammenhang auch vom ´getarnten Elefanten`.

 [Download Modelle zur Medienwirkung \(German Edition\) ...pdf](#)

 [Read Online Modelle zur Medienwirkung \(German Edition\) ...pdf](#)

## Download and Read Free Online Modelle zur Medienwirkung (German Edition) Katharina Wilsdorf

---

### From reader reviews:

#### **Brenda Robert:**

This Modelle zur Medienwirkung (German Edition) are usually reliable for you who want to be described as a successful person, why. The explanation of this Modelle zur Medienwirkung (German Edition) can be on the list of great books you must have is definitely giving you more than just simple reading food but feed an individual with information that maybe will shock your prior knowledge. This book is handy, you can bring it just about everywhere and whenever your conditions at e-book and printed kinds. Beside that this Modelle zur Medienwirkung (German Edition) giving you an enormous of experience for instance rich vocabulary, giving you test of critical thinking that we all know it useful in your day action. So , let's have it and enjoy reading.

#### **Etsuko Siler:**

Is it an individual who having spare time after that spend it whole day through watching television programs or just lying on the bed? Do you need something new? This Modelle zur Medienwirkung (German Edition) can be the respond to, oh how comes? A fresh book you know. You are therefore out of date, spending your free time by reading in this brand-new era is common not a geek activity. So what these publications have than the others?

#### **Michelle Garrett:**

Don't be worry if you are afraid that this book will probably filled the space in your house, you might have it in e-book method, more simple and reachable. This specific Modelle zur Medienwirkung (German Edition) can give you a lot of friends because by you considering this one book you have thing that they don't and make a person more like an interesting person. This book can be one of one step for you to get success. This guide offer you information that perhaps your friend doesn't realize, by knowing more than other make you to be great men and women. So , why hesitate? We need to have Modelle zur Medienwirkung (German Edition).

#### **Todd Apperson:**

Book is one of source of expertise. We can add our information from it. Not only for students but additionally native or citizen want book to know the revise information of year in order to year. As we know those publications have many advantages. Beside most of us add our knowledge, can also bring us to around the world. By book Modelle zur Medienwirkung (German Edition) we can consider more advantage. Don't you to definitely be creative people? To be creative person must like to read a book. Just simply choose the best book that appropriate with your aim. Don't possibly be doubt to change your life by this book Modelle zur Medienwirkung (German Edition). You can more pleasing than now.

**Download and Read Online Modelle zur Medienwirkung (German Edition) Katharina Wilsdorf #ZCXMQR9N6WS**

## **Read Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf for online ebook**

Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf books to read online.

## **Online Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf ebook PDF download**

**Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf Doc**

**Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf Mobipocket**

**Modelle zur Medienwirkung (German Edition) by Katharina Wilsdorf EPub**