

Inhalt des 1. Bandes

	Seite
Zeitungslehre und allgemeine Publizistik	5
Die Zeitung im öffentlichen Leben	6
I. Die Einheit des Zeitungsunternehmens	
1. Einheit der Kräfte	7
a) Jüngstes Gegenwartsgeschehen	8
b) Kürzeste, regelmäßige Folge	10
c) Breiteste Öffentlichkeit	12
d) Die drei Hauptaufgaben und ihre Vereinigung	18
2. Die öffentliche Aufgabe — ihre publizistische Durchführung	22
3. Die journalistische (redaktionelle) Arbeit	27
4. Die persönlichen Voraussetzungen für die journalistische Arbeit	33
5. Die verlegerische Arbeit	49
6. Charakter- und Begabungsvoraussetzungen des Verlegerberufes	52
7. Die Zusammenarbeit Verleger — Redakteur	54
II. Die Nachricht	
1. Das Wesen der Nachricht	59
a) Wert und Nutzen für den Empfänger	60
b) Die Schnelligkeit der Übermittlung	63
c) Subjektive Beeinflussung	64
2. Sammlung und Verbreitung der Nachrichten	
Die Nachrichtenbüros	70
a) Das deutsche Nachrichtenwesen	74
1. Die deutschen Presse-Agenturen	74
2. Andere deutsche Nachrichtenbüros	80
b) Das ausländische Nachrichtenwesen	82
1. „Reuter's Ltd.“	83
2. Die Agenturen der USA	85
3. Die französische Nachrichtenagentur	87
4. Die übrigen freien Agenturen	90
5. Die Nachrichtenbüros der UdSSR	91
c) Zusammenfassung — Vorschläge der „Vereinten Nationen“ (UN)	93
d) Die wichtigsten Nachrichtenunternehmen der Welt	96
e) Die „Ente“ — Das „Dementi“	102
f) Die Nachrichtenmittel	104
3. Die Nachrichtenpolitik	
a) Nachrichtenstellen, Pressestellen und -ämter	108
b) Die Nachrichtenpolitik der Interessenten — „Public Relations“	113
III. Die Meinungs- und Willensbildung in der Zeitung	
1. Meinung, „öffentliche Meinung“ und politische Willensbildung	116
2. Die Form der Meinungsführung	124
a) Die Sprache in der Zeitung	124
b) Die Formen des journalistischen Ausdrucks	130
1. Die Nachrichtenstilform	131
2. Die Meinungsstilform	138
3. Die Unterhaltungsstilform	143
c) Die Lern- und Lehrbarkeit des Stils	144
Literatur	150
Register	156