

Inhalt

I. Einleitung 5

II. Zur Konstitution der Mediensoziologie 8

1. Gegenstandsbereich und Forschungsfragen 8
2. Medienbegriff 16
3. Typologie der Medien 18

III. Medien(r)evolution und Gesellschaftsentwicklung 25

IV. Kritische Medientheorie 37

1. Kritik der Kulturindustrie (Horkheimer/Adorno) 41
2. Kritik am Radio- und Fernsehkonsum (Anders) 49
3. Kritik des Fernsehens (Bourdieu) 55

V. Öffentlichkeit und Medien 62

VI. Medientheorie als Gesellschaftstheorie 73

1. Sozialkonstruktivismus, Pluralität von Wirklichkeit und die Realität der Massenmedien 73
2. Funktionen und Programmbereiche der Massenmedien 78
3. Massenmedien und Moral 86

VII. Rezipientenhandeln und Medienaneignung 99

1. Rezeptionsprozess und Bedürfnislagen 99
2. Formen der Unterhaltung und para-soziale Interaktion 108
3. Internetnutzung 113

VIII. Ausblick: Mediengesellschaft 118

Anmerkungen 128

Literatur 140

