

# 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

