

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 36

1. Kritik der Kulturindustrie (Horkheimer/Adorno) 39
2. Kritik am Radio- und Fernsehkonsum (Anders) 47
3. Kritik des Fernsehens (Bourdieu) 53

V. Medientheorie als Gesellschaftstheorie 60

1. Sozialkonstruktivismus, Pluralität von Wirklichkeit und die Realität der Massenmedien 60
2. Funktionen und Programmbereiche der Massenmedien 65
3. Massenmedien und Moral 72

VI. Rezipientenhandeln und Medienaneignung 86

1. Rezeptionsprozess und Bedürfnislagen 86
2. Formen der Unterhaltung und para-soziale Interaktion 95

VII. Ausblick: Mediengesellschaft? 101

Anmerkungen 111

Literatur 121