

Inhalt

1	Einführung.....	13
2	Integration – Ein Begriff im Schnittpunkt wissenschaftlicher Differenzierung.....	16
2.1	Integration in der Soziologie: Einheit als Raster gesellschaftlicher Analyse.....	17
2.1.1	Was ist Gesellschaft?.....	17
2.1.2	Was hält die Gesellschaft zusammen?	19
2.1.3	Werte und Normen als Integrationsfaktoren	22
2.1.4	Zusammenfassung.....	27
2.2	Integration in der Rechtslehre: Vorbedingungen und Wirkungen des Rechts	28
2.2.1	Grundrechte als gemeinsame Werteordnung.....	28
2.2.2	Integration durch Recht?.....	30
2.2.3	Zusammenfassung.....	33
2.3	Integration in der Politikwissenschaft: Demokratien zwischen Pluralismus und gesellschaftlichem Konsens	33
2.3.1	Die Integration pluralistischer Gesellschaften.....	33
2.3.2	Demokratie und gesellschaftlicher Konsens.....	35
2.3.3	Legitimität durch politische Öffentlichkeit.....	38
2.3.4	Zusammenfassung.....	43
2.4	Integration in der Psychologie: Die individuelle Perspektive	43
2.4.1	Sozialisation und Lernen am Modell.....	43
2.4.2	Gruppennormen und die Entwicklung von Moral.....	46
2.4.3	Zusammenfassung.....	48
3	Die Integrationsfunktion der Massenmedien	50
3.1	Die Entwicklung der Integrationsfunktion der Massenmedien	50
3.2	Die zentralen Argumentationslinien der Diskussion um die Integrationsfunktion der Massenmedien	53
3.2.1	Integration und Desintegration vor dem Hintergrund der Medienwirkungsforschung.....	53
3.2.2	Struktur, Funktion, System – Analysen der Integrationsfunktion in der Tradition von Parsons.....	56
3.3	Theoretischer und empirischer Klärungsbedarf.....	62

3.4	Zusammenfassung.....	65
4	Modelle der Integration durch Massenmedien.....	67
4.1	Systematik zentraler Dimensionen der Integrationsfunktion	67
4.1.1	Bereitstellung gemeinsamer Themen/Wissensbasis.....	70
4.1.2	Ermöglichen von Repräsentation	73
4.1.3	Konstitution von (politischer) Öffentlichkeit.....	76
4.1.4	Vermittlung gemeinsamer Normen und Werte.....	79
4.1.5	Konstruktion von Realität (Lebenswelt, Selbst- und Fremdbeobachtung).....	82
4.2	Kriterien für ein Analysemodell der Integrationsfunktion	86
4.2.1	Normative vs. deskriptive Analyse	86
4.2.2	Systemintegration vs. soziale Integration	88
4.2.3	Empirische Bestimmbarkeit.....	90
4.2.4	Gegenstandsbereich	91
4.2.5	Theoretischer Rahmen.....	93
5	Ein Modell zur Analyse der Integrationsfunktion der Massenmedien	96
5.1	Vorgehen und Ziele.....	96
5.2	Methodologischer Individualismus und das Modell der soziologischen Erklärung	97
5.3	Kapitalien und ihr Erwerb	108
5.4	Allgemeines Modell der sozialen Integration.....	112
5.5	Erste Rekonstruktion der traditionellen Modelle zur Integrationsfunktion: Der Erwerb von Kapitalien	114
5.5.1	Potenzieller Einfluss der Mediennutzung auf den Erwerb der verschiedenen Kapitalformen.....	115
5.5.2	Das Verhältnis von sozialer Integration, Massenmedien und materiellen Ressourcen: Eine Systematik	122
5.5.3	Materielle Ungleichheit und die Rolle der Massenmedien	125
5.6	Massenmedien und die Definition der Situation.....	131
5.7	Die Integrationsfunktion der Massenmedien – ein Analysemodell.....	134
5.7.1	Konfligierende vs. nicht-konfligierende Sichtweisen	138
5.7.2	Brückenhypothesen.....	144
5.8	Zusammenfassung: Analyseschritte und normativer Hintergrund des Modells	146

6	Zur Operationalisierung der Integrationsfunktion der Massenmedien	150
6.1	Zweite Rekonstruktion der traditionellen Modelle zur Integrationsfunktion: Individuelle und kollektive Phänomene/Prozesse.....	150
6.1.1	Gemeinsame Themen/Wissensbasis	151
6.1.2	Repräsentation.....	159
6.1.3	Politische Öffentlichkeit.....	165
6.1.4	Werte und Normen	173
6.1.5	Konstruktion von Realität.....	180
6.2	Die Nutzung von Medienangeboten als Indikator für Integration und Desintegration	184
6.2.1	Fragmentierung und Segmentierung.....	184
6.2.2	Konsonanz.....	188
6.3	Ergebnis: Operationalisierung der Integrationsfunktion.....	190
6.3.1	Die Integrationsfunktion als analytischer Rahmen – ein Prozessmodell.....	190
6.3.2	Integrationsrelevante Phänomene und Prozesse – ein Vorschlag.....	195
7	Anforderungen an ein Forschungsdesign zur Untersuchung der Integrationsfunktion.....	199
7.1	Kultivierung durch Massenmedien.....	199
7.2	Die Erfassung von Medieninhalten: Meta-Botschaften.....	202
7.2.1	Horizontale und vertikale Differenzierung von Medienbotschaften	202
7.2.2	Differenzierungsgrad der Medienanalyse	204
7.2.3	Konzeption von Meta-Botschaften.....	208
7.3	Die Konzeption der Mediennutzung: Medienmenüs.....	214
8	Zusammenfassung und Ausblick.....	218
9	Literatur.....	229