

## INHALT

Vorwort . . . . .	VII
I. Grundbegriffe der Mediensoziologie . . . . .	1
1. Kommunikation und menschliches Handeln . . . . .	1
2. Massenkommunikation als gesellschaftlicher Prozeß . . . . .	5
3. Massengesellschaft und Massenkultur . . . . .	10
4. Die Medien – technische und organisatorische Infrastruktur der Massenkommunikation . . . . .	15
5. Das Publikum als Adressat der Massenkommunikation . . . . .	18
6. Die Medienwirkungen – das praktische Grundproblem der Mediensoziologie . . . . .	22
II. Die Medienproduktion als arbeitsteiliger Prozeß . . . . .	27
1. Bemerkungen zur historischen Entwicklung der Medien . . . . .	27
2. Organisatorische Ebenen der Medienproduktion . . . . .	37
3. Berufsrollen in der Medienproduktion . . . . .	44
III. Die Medieninhalte – Widerspiegelung oder Verzerrung der Realität? . . . . .	49
1. Zeichen und Bedeutung . . . . .	49
2. Fragestellungen und Methoden der Inhaltsanalyse . . . . .	52
3. Nachrichten als Produkt eines Selektionsprozesses . . . . .	57
4. Medienunterhaltung als Ideologie . . . . .	63
5. Werbung als Manipulation . . . . .	67
IV. Auswirkungen der Medien auf das soziale Handeln . . . . .	72
1. Verhalten und soziales Handeln . . . . .	72
2. Einstellungsänderungen und soziales Lernen . . . . .	76
3. Mediennutzung als soziales Handeln . . . . .	88
V. Wechselwirkungen zwischen Mediensystem und Gesellschaft . . . . .	98
1. Die gesellschaftlichen Funktionen der Medien . . . . .	98

2. Medien und kollektives Handeln . . . . .	107
3. Medien und öffentliche Meinung . . . . .	111
4. Medien und Wissensverteilung . . . . .	120
VI. Ausblick: Auf dem Weg zur Informationsgesellschaft .	126
1. Allgemeine Entwicklungstrends der Medien . .	126
2. Soziale und kulturelle Folgen . . . . .	130
3. Praktische Konsequenzen: Medienethik, Medien- erziehung, Medienpolitik . . . . .	133
Literatur . . . . .	139
Sachregister . . . . .	149