

relevanten Themen durch Textsammlungen ergänzt, in Bänden mit Dokumentationsliteratur historisch fundiert und in Diskussionsbänden problematisiert werden.

Neben der Entwicklung sozialwissenschaftlicher Theorie und Forschung verfolgen die Taschenbücher im wesentlichen zwei praktische Absichten: sie wollen einerseits berufsrelevante Informationen für Gruppen der sozialwissenschaftlichen Intelligenz zur Verfügung stellen und andererseits die gesellschaftlichen Entstehungsbedingungen und Verwendungszusammenhänge sozialwissenschaftlicher Theorien klären.

Der wissenschaftliche Beirat

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
-------------------	---

Teil I

Kommunikation und Medien:

Die abstrakte Allgemeinheit der Kommunikation	15
A. Methode und Funktion der Medienforschung	17
1. Methodische Überlegungen zur Kommunikations- forschung (Ilse Modelmog)	17
2. Funktion und Interesse der Medienforschung	33
B. Wissensvermittlung und vermitteltes Wissen	57
1. Die kommunikationstheoretische Perspektive	57
a) Medienforschung als Kommunikationsforschung	59
b) Gesellschaftliche Kommunikation als individualisier- ter Prozeß	61
2. Gesellschaftliches Wissen	64
3. Wissensvermittlung in der bürgerlichen Gesellschaft	75
4. Kommunikative Strukturbewegung	82
a) Zum Strukturbegriff der empirischen Medien- forschung	82
b) Äußerer und innerer Strukturzusammenhang	85
c) Kommunikationsbedürfnis und Strukturbewegung	90

Teil II

Das Medium als Ware in der bürgerlichen Gesellschaft:

Die konkrete Allgemeinheit der Kommunikation	107
--------------------------------------------------------	-----

C. Vorbereitender Exkurs: Wissensstruktur in den öffentlich- rechtlichen Funkmedien	113
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

D. Das Medium und seine Inserenten	135
1. Werbung im Spätkapitalismus	136
2. Werbung und Medium: Ökonomie	142
3. Werbung und Medium: Ideologie	151

E. Das Medium und seine Empfänger	161
1. Der Prozeß der Wissensaneignung	161
2. Sozialisation durch Massenmedien	165
3. Die Sozialstruktur und die Medien	176
F. Bedingungen des Mediums zur Stabilisierung der Ideologie vom Massenmedium	193
G. Literaturverzeichnis	201