

**ANDREAS ZIEMANN**

**Soziologie der Medien**

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

# 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