

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