

Inhalt

- Vorwort: Was dieses Buch nicht kann 7
- I Einleitung: Warum eine „Soziologie der Medien“? 11
- II Medientheorie 25
 - 1 Der technikdeterministische Ansatz der Medium-Theorien 29
 - 1.1 Das Medium ist die Botschaft! 34
 - 1.2 Das Medium ist der Apparat! 43
 - 1.3 Das Medium ist die Botschaft des Apparats! 52
 - 2 Der sozialdeterministische Ansatz der Kritischen Theorien 55
 - 2.1 Das Medium ist der Verblendungszusammenhang! 59
 - 2.2 Das Medium ist die Verdummung! 67
 - 2.3 Das Medium ist der Verblendungszusammenhang der Verdummung! 77
 - 3 Der problemorientierte Ansatz der funktionalstrukturalistischen Systemtheorie 85
 - 3.1 Medien als Problemlösungen sozialer Kommunikationsprobleme . . 88
 - 3.2 Medien als sozio-technische Strukturmechanismen sozialer Kommunikation 102
 - 3.3 Medien als problembezogene sozio-technische Strukturmechanismen 109
- III Medientypen und -formen: Systematische Überlegungen 116
 - 1 Definitive Probleme: ‚Unsichtbare‘ Medien 118
 - 2 Definitive Probleme: ‚Materielle‘ Medien 121
 - 3 Medien und Formen 126
 - 4 Systematik der Kommunikationsmedien und medialen Kommunikationsformen 133
 - 5 Kommunikationsmedien und mediale Kommunikation 144

IV Analysen der Aufmerksamkeitsmedien	152
1 Individualmedien	159
1.1 Formen der Individualmedien	161
1.2 Die Gesellschaft der individualmedialen Kommunikation	183
2 Massenmedien	193
2.1 Formen der Massenmedien	208
2.2 Die Gesellschaft der massenmedialen Kommunikation	234
3 Kybernetische Interaktionsmedien	251
3.1 Formen der kybernetischen Interaktionsmedien	265
3.2 Die Gesellschaft der kybernetisch-interaktiven Kommunikation	292
4 Die Ausdifferenzierung der Aufmerksamkeitsmedien	307
V Gesellschaftliche Medienwirklichkeiten	313
1 Die Welt von Klatsch und Tratsch	316
2 Die Welt von Stars und Katastrophen	331
3 Die Welt von Klicks und Bots	356
VI Medienwandel als Gesellschaftswandel?	390
Literatur/Online-Ressourcen	407
Verzeichnis der Abbildungen	437
Verzeichnis der Tabellen	440
Sachregister	441