
Teil I

Medien und Akteure

Medien produzieren Wahrnehmungen für Akteure, und Akteure sind daran beteiligt, dass Medien Wahrnehmungen produzieren. Als Teil der Soziologie, wie Sie sie im Eingangskapitel kennengelernt haben, muss Mediensoziologie also ein Verständnis davon haben, wie sich Strukturen und Handlungen aufeinander beziehen, und sie muss die Situation von Akteuren auf eine systematische Weise erfassen, um verstehen zu können, wie sich ihre Handlungen hieraus ergeben.

Kap. 2 „Handeln und Struktur“ beginnt mit einem Blick auf das spannungsreiche Verhältnis, in dem Handlungen und Strukturen in der Soziologie stehen, und verwendet das Beispiel der Konventionen, um dieses Verhältnis zu klären und handhabbar zu machen. die wir in Abschn. 2.2 genauer anschauen – mediensoziologisch spricht man eher von der sozialen Konstruktion von Realität, aber es geht dabei um dasselbe. Wir verwenden dazu die Methode der Spieltheorie. Sie erlaubt auch die Herleitung der Struktur des restlichen Kapitels, in dem die Situation von Akteuren in Erwartungen, Ressourcen und Motivationen analysiert wird.

Kap. 3 „Erwartungen“ untersucht den Aspekt der Handlungssituation, der am stärksten durch Medien beeinflusst wird. Dies geschieht vor allem durch die Vermittlung von Information, die Erwartungen im Wesentlichen präzisiert, die man aber nur mithilfe ihres Gegenstücks, der Redundanz, überhaupt aufnehmen kann. Aufgrund der Art, wie das menschliche Gehirn funktioniert, steht daneben das sogenannte Framing, nämlich die momentane Verfügbarkeit kognitiver Strukturen, die beeinflusst, welche Erwartungen verwendet werden.

Kap. 4 „Ressourcen“ diskutiert die Ressourcen, die Akteure haben, weil sie sowohl die Rezeption beeinflusst als auch umgekehrt durch Mediennutzung beeinflusst wird. Es befasst sich einerseits mit allgemeinen Grundlagen wie nötigen Begriffsklärungen und die Entwicklung der sozialen Ungleichheit in der Verfügung über Ressourcen. Andererseits studiert es ausführlich das sogenannte

Sozialkapital, bei dem die Interaktion mit Mediennutzung in beiden Kausalrichtungen besonders ausgeprägt ist.

Kap. 5 „Motivationen“ schaut sich, nach den notwendigen fundierenden Begriffsklärungen, an, wieso Menschen welche Ziele verfolgen. Die verwendete allgemeine Perspektive lässt sich nutzen, um Motivationen der Mediennutzung und die Bedeutung von Storys, Prominenz, allgemein kulturellen Erfolg und eine spezifische Spannung zu verstehen, in der Medien immer stehen. Schließlich schauen wir uns noch an, wie sich Motivationen mit Wertewandel über die Zeit entwickelt haben.