

ANGEWANDTE MEDIENFORSCHUNG

Schriftenreihe des Medien Instituts Ludwigshafen

Herausgegeben von Hans-Bernd Brosius

Band 12

Uwe Hasebrink, Patrick Rössler (Hrsg.)

Publikumsbindungen

Medienrezeption

zwischen Individualisierung

und Integration

Verlag Reinhard Fischer
M Ü N C H E N

Inhalt

Vorwort der Herausgeber 7

I Individualisierung und Integration aus gesellschaftlicher Perspektive

Michael Jäckel

Individualisierung und Integration 11
Die Bedeutung von Medienangeboten

Klaus Kamps

Individualisierung und Integration durch das Netz? 21
Der Grenznutzen des Internet für die politische Partizipation

Christina Holtz-Bacha / Wolfram Peiser

Verlieren die Massenmedien ihre Integrationsfunktion? 41
Eine empirische Analyse zu den Folgen der Fragmentierung
des Medienpublikums

II Individualisierung, Integration und Mediennutzung

Uwe Hasebrink

**Woran lassen sich Individualisierung und Integration
in der Medienrezeption erkennen?** 57

Volker Gehrau

**Genres und Gattungen als individuelle sowie
sozial integrative Konstruktionen** 73

Helena Bilandzic

Psychische Prozesse bei der selektiven Fernsehnutzung 89
Beschreibung und Erklärung von Programmentscheidungen
mit der Methode des lauten Denkens

III Individualisierung und Integration im Alltag

Ralph Weiß

„Praktischer Sinn“, soziale Identität und Medienrezeption 113

Maria Borcsa

**Die Funktion der Massenmedien
als intermediäre Sinnstiftungsagenturen** 137

Explikation am Fall von Blindheit und Mediennutzung

Constanze Mayer / Artur Meinzolt /

Constanze Roßmann / Hans-Bernd Brosius

Der Einfluß von Lebenswelten Jugendlicher auf ihre Mediennutzung 147

Hans-Bernd Brosius / Raphael Roßmann / Anette Elnain

Alltagsbelastung und Fernsehnutzung 167

Wie beeinflusst der Tagesablauf von Rezipienten den Umgang mit Fernsehen?

Über die Autoren 189