

Inhalt

Einführende Bemerkungen	9
1. Gegenstandsbereich	11
1.1 Medium und Mediengruppen	11
1.2 Mediale Kommunikation	14
1.3 Medienpublizistik	16
2. Primärmedien	23
2.1 Traditionelle Menschmedien	23
2.1.1 Menschmedien der Vor- und Frühgeschichte bis zu den Hochkulturen	24
2.1.2 Menschmedien im Mittelalter	27
2.1.3 Menschmedien in der frühen Neuzeit	34
2.2 Vorläufer des Theaters	36
2.3 Theater	41
2.3.1 Theatergeschichte	42
2.3.2 Theatertheorie	44
2.3.3 Theaterorganisation	45
2.3.4 Theaterprogramm	46
2.3.5 Theaterrezeption	46
3. Druckmedien	51
3.1 Traditionelle Schreib- und Druckmedien	51
3.1.1 Die früheren Schreibmedien	52
3.1.2 Die früheren Gestaltungsmedien	54
3.1.3 Das frühere Druckmedium Kalender	56
3.2 Der Brief	58
3.2.1 Brieftheorien	59
3.2.2 Briefgeschichte als Distributionsgeschichte	60
3.2.3 Das heutige Briefwesen	61
3.3 Das Blatt	63
3.3.1 Der juristische Vertrag und das Flugblatt	64
3.3.2 Funktionstheorie des Mediums Blatt	65
3.4 Das Buch	68
3.4.1 Buchgeschichte	69
3.4.2 Buchmarkt	70
3.5 Das Heft	74

3.5.1	Zur Geschichte des Hefts: die Flugschrift	75
3.5.2	Kioskheftchen: Comics und Romane	76
3.6	Das Plakat	80
3.6.1	Das politische Plakat	80
3.6.2	Das Werbeplakat	81
3.6.3	Das künstlerische Plakat	82
3.7	Die Zeitung	84
3.7.1	Zeitungsgeschichte	86
3.7.2	Traditionelle Zeitungsanalyse	87
3.7.3	Die politische Bedeutung der Zeitung	87
3.7.4	Die kommerzielle Funktion der Zeitung	88
3.8	Die Zeitschrift	91
3.8.1	Die Geschichte der Zeitschrift	92
3.8.2	Zeitschriftentypologie	93
3.8.3	Zeitschriftenmarkt	94
4.	Analoge Medien	99
4.1	Traditionelle elektrische Medien	100
4.2	Das Foto	103
4.2.1	Fototheorie und Fotoästhetik	104
4.2.2	Fototypologie und Fotogenres	105
4.2.3	Fotogeschichte	106
4.2.4	Fotomarkt	106
4.3	Das Telefon	109
4.3.1	Die soziale Bedeutung	110
4.3.2	Der Telefonmarkt	111
4.3.3	Nutzungsformen des Telefons	112
4.4	Tonträger (Schallplatte, Kasette, CD)	114
4.4.1	Die kulturelle Bedeutung der Tonträger	115
4.4.2	Der Tonträgermarkt	116
4.5	Der Film	119
4.5.1	Filmtheorie, Filmästhetik, Filmkunst	119
4.5.2	Filmgenres und Filmgeschichte	121
4.5.3	Markt: Produzenten, Verleih, Kinos, Zuschauer	122
4.6	Der Hörfunk	124
4.6.1	Radiotheorie	125
4.6.2	Radiogeschichte	126
4.6.3	Radiomarkt	127
4.6.4	Hörspiel	128
4.7	Das Fernsehen	131

4.7.1	Fernsehtheorie	131
4.7.2	Fernsehgeschichte	133
4.7.3	Fernsehprogramm	135
4.7.4	Fernsehmarkt	137
4.8	Video	142
4.8.1	Video als Speichermedium	142
4.8.2	Video als Gestaltungsmedium	143
5.	Digitale Medien	147
5.1	Computer	148
5.1.1	Die Geschichte des Computers	149
5.1.2	Der Computermarkt	150
5.1.3	Computerprogramme	151
5.2	Multimedia	153
5.3	World Wide Web	156
5.3.1	WWW und die Veränderung von Öffentlichkeit	158
5.3.2	Recherchieren und Informieren	159
5.3.3	E-Commerce	160
5.3.4	Spiele im WWW	161
5.3.5	Mißbrauch (Hacker, Diebe, Kriminelle, Zensoren)	162
5.4	Intranet/Extranet	166
5.5	E-Mail	169
5.5.1	E-Mail-Theorie	169
5.5.2	Verbreitung und Anwendungsberichte	170
5.5.3	Sprache und Stil von E-Mails	171
5.6	Chat	174
5.6.1	Chattheorie	174
5.6.2	Die Sprache des Chat	176
6.	Methoden	181
6.1	Medienwissenschaft als Wissenschaft	181
6.2	Grundlegende Wissenschaftskategorien	185
6.3	Empirische Methoden	189
6.4	Hermeneutische Methoden	192
7.	Medien und Gesellschaft	197
7.1	Mediengeschichte und gesellschaftlicher Wandel	198
7.1.1	Zehn Ansätze der Mediengeschichtsschreibung	199
7.1.2	Medienkulturgeschichte als Systemgeschichte: sieben Perioden von den Anfängen bis heute	201

7.2 Medienpolitik, Medienrecht, Medienethik	206
7.2.1 Medienpolitik	206
7.2.2 Medienrecht	209
7.2.3 Medienethik	210
7.3 Medienproduktion	212
7.3.1 Journalisten	213
7.3.2 Radiojournalismus	216
7.4 Medienorganisation und Medienwirtschaft	219
7.4.1 Zeitungsbetrieb	219
7.4.2 Multimediakonzern	222
7.5 Medienrezeption und Medienkompetenz	225
7.5.1 Partizipanten, Leser, Hörer, Zuschauer, User	226
7.5.2 Medienkompetenz	230
Antwortteil	235
Register	244