

Inhalt

Friedrich Krotz

Einführung: Mediengesellschaft, Mediatisierung, Mythen – Einige Begriffe und Überlegungen	9
--	----------

Teil I:

Medienwandel, Mediengesellschaft und Mediatisierung

Maren Hartmann

Der Mythos und seine Metaphern: (Medien-)Gesellschaftliche Leitbilder	33
--	-----------

Jürgen Wilke/Eva Breßler

Europa auf dem Weg in die Informationsgesellschaft? Eine Auswertung von Eurobarometer-Daten.....	63
---	-----------

Jan D. Reinhardt/Michael Jäckel

Massenmedien als Gedächtnis- und Erinnerungs»generatoren« – Mythos und Realität einer »Mediengesellschaft«	93
---	-----------

Gerd Hallenberger/Jörg-Uwe Nieland

Crititainment – Zum Verschwinden des Nachdenkens über Medien in der Mediengesellschaft	113
---	------------

Teil II:

Mythen über Medien und ihr Wandel

Klaus Schönbach

Myths of Media and Audiences143

Susanne Femers

Neue Medien – Neue Macht, neue Mythen?159

Patrick Rössler

The Myth of the Re-Invented Journalism.
Functional and Normative Gatekeeping of Web Communicators177

Jennings Bryant/Yinjiao Ye

Myths of Media Entertainment 205

W. James Potter

Media Violence Myths 225

Susanne Fengler/Stephan Ruß-Mohl

Journalisten-Mythen – und ihr Ende in der Mediengesellschaft:
Zur Ökonomik des Journalismus 245

Klaus Schönbach

The Hyperactive Audience – Still an Illusion.
An Essay, »Revisited« 267

Peter Glotz

Mythos Mediengesellschaft – Die Berichterstattung über Kriege
im 21. Jahrhundert 279

Peter Vorderer

Amerika als kommunikationswissenschaftliches Paradies:
Nur ein Mythos? 289

Teil III:

Mediatisierung, Mythen und politische Kommunikation

Christina Holtz-Bacha/ Patrick Rössler/ Eva-Maria Lessinger

Do Pictures Make a Difference?

The Myth of the Two Debate Audiences 303

Patrick Donges

Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung.....321

Frank Marcinkowski

Die »Medialisierbarkeit« politischer Institutionen.....341

Andrea Czepek

Journalismus als Motor der Demokratie – Die Ausprägung der

Pressefreiheit als Indikator für demokratische Entwicklung371

Joseph N. Cappella

The Creation and Dissolution of Public Trust in the New Media

Environment 385

Elisabeth Klaus/ Margreth Lünenborg

Die Bedeutung kommunikativer Grundrechte in der globalen

Gesellschaft.....415

Die Herausgeber danken Michael Schlachter (Universität Erfurt) für seine tatkräftige und zuverlässige Unterstützung bei der Herstellung der Druckvorlage dieses Bandes, sowie Hannah Müller (UVK, Konstanz) für das gewissenhafte Lektorat und ihre Geduld!