

Inhalt

Klaus-Dieter Altmeyden/Matthias Karmasin

Medien und Ökonomie - vielfältige Perspektiven,
perspektivische Vielfalt7

Soziologische Perspektive

Michael Jäckel

Medienwirtschaftliches Handeln der Rezipienten15

Kulturwissenschaftliche Perspektiven

Udo Göttlich

Medienökonomie und Cultural Studies47

Ulrich Saxer

Medienökonomie und Medienkultur75

Politikwissenschaftliche Perspektive

Gerhard Vowe

Medienpolitik - Regulierung der öffentlichen Kommunikation97

Medienphilosophische Perspektive

Matthias Rath

Medien, Wirtschaft, Sinn125

International Perspective

C. Ann Hollifield/Alison Alexander/James Owers

The Situation and Trends of the U.S. Media Industry141

Historische Perspektive

Hans Bohrmann

Fachgeschichtliche Bemerkungen zur Medienökonomie	169
---	-----

Technische Perspektive

Marie Luise Kiefer

Medienökonomie und Medientechnik	181
--	-----

Journalistik-Perspektive

Susanne Fengler/ Stephan Ruß-Mohl

Der Journalist als aufgeklärter Homo oeconomicus. Ökonomische Analyse journalistischen Handelns am Beispiel der Berichterstattung über Massenmedien	209
Literaturverzeichnis	235
Schlagwortverzeichnis	259
Autorinnen und Autoren	265