

Inhalt

Peter V. Brinkemper, Bernhard von Dadelsen, Thomas Seng: GATT DIGITAL	7
Bernhard von Dadelsen: „More is not an illusion“. <i>Time-Warner: Expansionsstrategien eines Medienkonzerns</i>	11
Peter V. Brinkemper: Mäusegloбус mit Satelliten-Ohren. <i>Euro Disney: Einfallstor der Medienglobalisierung</i>	24
Goedart Palm: Raptors in pursuit. <i>Jurassic Park: Aufbruch zum Hypermedium</i>	57
Hans Jörg Hämmerling: Electronic Superhighway. <i>Die totale Konvergenz der Medien</i>	81
Christoph Gockel-Böhner: Das wirklich nützliche Phantom der Oper. <i>Andrew Lloyd Webbers weltweite Musicalvermarktung</i>	88
Hilmar Hoffmann: Der Buch-Film-Hit. <i>Das neue Verhältnis von Literatur und Film</i>	108
Hans-Helmut Röhring: Nach Gutenberg. <i>Werden Buchverlage und Buchhandel überleben?</i>	120
Reimar Unterlöhner: „Think global, act local“. <i>Bertelsmann: Grundsätze und Perspektiven eines internationalen Medienkonzerns 1992</i>	136
Wulf Meinel: Schimäre der Vielfalt. <i>Aporien und Lücken im nationalen und europäischen Rundfunkrecht</i>	148

Matthias Harbeck: News Show ohne Grenzen. <i>Entpolitisierung durch globales Entertainment</i>	167
Neil Postman: „Eine Maschine schaut der anderen zu“. <i>Medien in Technopolis</i>	183
Zu den Autoren	195