

INHALT

**Ökonomien des Medialen oder:
Kunden, die dieses Buch gekauft haben,
haben auch folgende Einleitung gelesen**

RALF ADELMANN, JAN-OTMAR HESSE, JUDITH KEILBACH,
MARKUS STAUFF, MATTHIAS THIELE

9

MODELLE UND IHRE GRENZEN

Die Medienwirtschaft in der Neuheitsspirale

MICHAEL HUTTER

27

**Netzbildung durch antagonistisches Handeln.
Bietet die Ökonomie ein Modell
für ein Verständnis der Medien?**

HARTMUT WINKLER

47

Replacement.

Wie ökonomische Theorie Medienwelten ›verortet‹

ANDREA GRISOLD

63

Das politische Tier und seine Medien

LEANDER SCHOLZ

85

HISTORISCHE TRANSFORMATIONEN

**Information und Wissen in der ökonomischen Theorie.
Überlegungen zum Zusammenhang von Mediengeschichte
und Geschichte der Wirtschaftswissenschaft**

JAN-OTMAR HESSE

103

**Schutz oder Monopolisierung von Ideen?
Die Anfänge der deutschen Diskussion
um das »geistige Eigentum«**

MARGRIT SECKELMANN

127

**Notieren, Aufzeichnen, Vervielfältigen.
Medientechnische Umbrüche von Musik im Urheberrecht**

MONIKA DOMMANN

149

**The Product that Never Dies.
Die Entfristung der kommerziellen Lebensdauer des Films**

VINZENZ HEDIGER

167

MEDIALE REFLEXIONEN DES ÖKONOMISCHEN

**Quiz Show.
Wissen, Geld, Zeit und die Ökonomie der Wette**

LORENZ ENGELL

185

**Kreisen, Fühlen, Unterbrechen.
Eine Anti/Zirkulations-Kampagne**

ULRIKE BERGERMANN

207

**Medien und Krise.
Oder: Kommt die Denormalisierung nicht »auf Sendung«?**

JÜRGEN LINK

229

PRODUKTION VON REZEPTION

**»Monster returns in shocker that will attract
where audiences like thrills and chills.«**

Produkt und Publikum in der Genreproduktion Hollywoods

PATRICK VONDERAU

247

›The Best of Both Worlds‹.

**Film und Tourismus als Industrien des Begehrens
am Beispiel von Indien und Deutschland**

ALEXANDRA SCHNEIDER

265

Schwarm oder Masse?

Selbststrukturierung der Medienrezeption

RALF ADELMANN

283

Zahl und Sinn.

Zur Effektivität und Affektivität der Fernsehquoten

MATTHIAS THIELE

305

