

Inhalt

Daniel Müller/Annemone Ligensa/Peter Gendolla

Vorwort 9

Daniel Müller/Annemone Ligensa

Einleitung 11

Jürgen Wilke

Historische und intermediale Entwicklungen von Leitmedien.
Journalistische Leitmedien in Konkurrenz zu anderen 29

Henning Groscurth/Gebhard Rusch/Gregor Schwering

Leitmedien durch Präsenz. Anmerkungen zur Mediendynamik 53

Otfried Jarren/Martina Vogel

Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Koorientierung.
Die Leitmedien der modernen Gesellschaft 71

Benjamin Krämer/Thorsten Schroll/Gregor Daschmann

Die Funktion der Koorientierung für den Journalismus 93

Corinna Müller/Harro Segeberg

Kino-Öffentlichkeit. Vom Umbruch der Medien zum Umbruch
von Medienöffentlichkeiten 113

Jeffrey Wimmer

Leitpotential kritischer Gegenöffentlichkeiten.
Eine kritische Meta-Analyse bisheriger Forschung 127

Josef Seethaler/Gabriele Melischek

Leitmedien als Indikatoren politischer Krisen und Umbrüche.
Das Beispiel der Weimarer Republik 151

Lars Rinsdorf

Alte und neue Leitmedien aus Publikumssicht 171

Dominik Becker

**Dahinter steckt meistens ein kluger Kopf. Mehr und dissonantere
Leitmedienlektüre infolge der Bildungsexpansion?.....** 199

Thomas Ernst/Dirk von Gehlen

**Vom universellen zum vernetzten Intellektuellen.
Die Transformation einer politischen Figur
im Medienwandel von der Buchkultur zum Internet.....** 225

Daniela Pscheida

**Das Internet als Leitmedium der Wissensgesellschaft und
dessen Auswirkungen auf die gesellschaftliche Wissenskultur** 247

Asko Lehmuskallio

***Social media* und fotografische Praktiken. Eine Analyse
der Auswirkung neuer Kommunikationstechnologien auf
Schnappschussgewohnheiten** 267

Johanna Roering/Anne Ulrich

**„And Now Here Is What Really Happened.“ CNN und Warblogs
als konkurrierende Deutungsinstanzen im Irakkrieg 2003.....** 285

Katrin Tobies

Das Mobiltelefon – Leitmedium moderner Arbeitsnomaden?..... 311

Holger Gamper

**„Das Volk folgt. Das sagt ja schon der Name.“ Paradoxe Diskurse
um die Werbung als Leitmedium im Liberalismus.....** 331

Autorinnen und Autoren 347

Inhaltsübersicht Band II

Daniel Müller/Annemone Ligensa/Peter Gendolla

Vorbemerkung zum zweiten Band

Michael Giesecke

Leitmedien und andere Kandidaten für kommunikationswissenschaftliche Prämierungsanalyse

Rainer Leschke

Form als Leitmedium oder Die Ordnung nach dem Verschwinden der Mediendispositive

Helmut Schanze

Die Macht des Fernsehens – Leit- und/oder Dominanzmedium?

Andreas Ziemann

Von ‚evolutionary universals‘ zu ‚Leitmedien‘ – Theoriehintergründe und Begriffsklärung

Leander Scholz

„why the medium is socially the message“ – Marshall McLuhan und die Theologie des Mediums

Thomas Weber

Leitmedien in der mediologischen Analyse

Stefan Kramer

Mediale und kulturelle Leitfunktionen. Zwischen Substanz, Form und Struktur der Kommunikation

Jens Ruchatz

Vom Nutzen und Nachteil der Leitmedien für die Medienhistoriographie. Am Beispiel der Fotografie

Peter Haber

Die Leitmedien der Geschichtsschreibung

Jan Hodel

Informationsraum in der Wissenschaftskommunikation

Peter Brandes

**Leitmedium Plastik? Zur Konstruktion und Funktion
eines Paradigmas im ästhetischen Diskurs um 1800**

Christian Kassung

Die Störung am Apparat. Vom Telephon zum Handy

Klaus Kreimeier

Invasion der Einzelhändler. Leitmedien und wie sie zerfallen

Britta Neitzel/Rolf F. Nohr/Serjoscha Wiemer

**Benutzerführung und Technik-Enkulturation.
Leitmediale Funktionen von Computerspielen**

Dominika Szope

***Social software* – ein neues Leitmedium?**

Dagmar Venohr

Warum Mode (k)ein modernes Leitmedium ist ...

Autorinnen und Autoren