

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	
<i>Social media</i> 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