

Inhalt

Klaus-Dieter Altmeyden / Matthias Karmasin

Medien und Ökonomie - Intentionen und Überblick7

Wissenschaftstheoretische Perspektive

Klaus-Dieter Altmeyden / Matthias Karmasin

Medienökonomie als transdisziplinäres Lehr- und Forschungsprogramm19

Medienwissenschaftliche Perspektiven

Martin Löffelholz

Von ‚neuen Medien‘ zu ‚dynamischen Systemen‘.

Eine Bestandsaufnahme zentraler Metaphern zur Beschreibung der

Emergenz öffentlicher Kommunikation53

Manfred Rühl

Politische Ökonomie der Alltagspublizistik.

Suchen und Prüfen von Grundlagen für ein Theorieprogramm91

Thomas A. Bauer

Medienpädagogik als Mediationsagentur zwischen

Medienökonomie und Medienkultur115

Wirtschaftswissenschaftliche Perspektiven

Rüdiger Pethig

Massenmedien, Werbung und Märkte.

Eine wirtschaftstheoretische Analyse139

Johannes Ludwig

Mikroökonomie der Medien187

<i>Werner A. Meier</i>	
Politische Ökonomie	215
<i>Jürgen Heinrich/Frank Lobigs</i>	
Neue Institutionenökonomik	245
<i>Karl-Heinz Weigand</i>	
Medienwirtschaftliche Dienstleistungen. Übertragung dienstleistungstheoretischer Ansätze auf Produktion und Absatz von Medienangeboten	269
<i>Marco Czzygan/Hermann H. Kalfuß</i>	
Medien und Wettbewerbstheorie	283
Literaturverzeichnis	305
Schlagwortverzeichnis	333
Autoren	339