

Medienwandel kompakt 2008-2010

Schlaglichter der Veränderung in Medienökonomie, -politik, -recht und Journalismus - Ausgewählte Netzveröffentlichungen

Bearbeitet von
Prof. Dr. Jan Krone

1. Auflage 2011. Taschenbuch. 302 S. Paperback
ISBN 978 3 8329 6263 0
Gewicht: 444 g

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Urheberrecht, Medienrecht](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Einführung

Jan Krone

Medienwandel kompakt 2008-2010: Schlaglichter der Veränderung in Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus – Ausgewählte Netzveröffentlichungen 13

I.

Technologie, Gesellschaft, Markt & Politik im Medienwandel

Martin Oetting

Kommunikationswandel: Die vier Subsysteme des Medienapparats 21

Martin Weigert

Rise of the Machines – der zunehmende Einfluss der Technologie 27

Marc Ziegler

Software-Engineering: Schon bald eine Kernkompetenz für Medienunternehmen 29

Mirjam Neller

Fräulein "Apple": Charakter und Macken einer Lifestyle-Schönheit 32

Matthias Schwenk

Digitale Ahnungslosigkeit: Alte und neue Medien kennen sich gegenseitig nicht 36

Andreas Göldi

Medienwandel: Das Medium ist auch die kommerzielle Botschaft 38

Robin Meyer-Lucht

Vorbild Bundesregierung: sei innovationsfeindlich, habe Angst vor dem Medienwandel 42

Marcel Weiß

Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 1 von 3) 45

Marcel Weiß

Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 2 von 3) 50

<i>Marcel Weiß</i> Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 3 von 3)	58
<i>Stefan Münz</i> OpenSource, OpenContent, Open Research und OpenScience	65
<i>Lisa Rosa</i> Das Internet – ein Bildungsraum?	67
II. Ausfaltung von Kommunikationsoptionen	
<i>Stefan Münz</i> Klassische Netzkommunikation vs. Social Networking	75
<i>Matthias Becker</i> Verborgene Potentiale in der Mediennutzung?	77
<i>Matthias Schwenk</i> Der unbekannte User: Generation Upload oder Generation Cyborg?	82
<i>Christoph Kappes</i> Facebook – Ein Sonderfall im Ökosystem des Internets?	85
<i>Florian Paulus Meyer</i> Twittern aus Imagegründen: Unternehmen fehlen überzeugende Social-Media-Konzepte	99
<i>Christian Heller</i> Die Ressource Ignoranz	102
<i>Andreas Göldi</i> Die Zukunftsbranche “Zeitverschwendung”	108
<i>Jan Krone & Boriana I. Gueorguieva</i> Internet Communities of Relationship: Zwischen Schwarmintelligenz und sozialer Nebelkerze	111
<i>Martin Weigert</i> Augmented Reality: Internetnutzung mit einem Hauch Futurismus	115
<i>Andreas Göldi</i> Schleichende Papierlosigkeit	118

<i>Jan Krone</i> Der Selbstbetrug des Online-Nachrichtenlesens	120
<i>Martin Weigert</i> Zunahme der Textkommunikation: Der Tod des Telefonats	122
III.	
Journalismus im Medienwandel	
<i>Thomas Knüwer</i> Weil der Journalist sich ändern muss	127
<i>Robert Picard</i> Ist der Journalismus am Ende?	131
<i>Peter Sennhauser</i> Wikileaks: Die Medien haben versagt	133
<i>Otfried Jarren</i> Verweigerung im Wandel: Dem Journalismus sind seine Leitideen abhanden gekommen	136
<i>Robin Meyer-Lucht</i> ZDF zu Carta: "Wir beliefern keine Blogs"	139
<i>Christoph Bieber</i> Die FAZ: das neue Zentralorgan der Nerds?	141
<i>Robin Meyer-Lucht</i> Orientierungslosigkeit, Journalismus, Medienindustrie: Eine Endlosschleife, gerade	145
<i>Jan Krone</i> „Qualitätsjournalismus“: Systemkrise des elitären publizistischen Führungsanspruchs	147
<i>Stefan Münz</i> PubSubHubbub – Publizieren auf allen Kanälen?	151
<i>Martin Weigert</i> Nachrichtenaggregatoren: Rivva, zeig dem Netz endlich, was du kannst!	154

<i>Andreas Grieb</i> Gesponserte Blogbeiträge	156
--	-----

**IV.
Medienwirtschaft im Wandel**

<i>Andreas Göldi</i> Smart Bundling: Was die Medienkonzerne von Microsoft lernen können	161
--	-----

<i>Robert Picard</i> Fail often. Fail early. Fail cheap.	164
---	-----

<i>Martin Weigert</i> Social Web: Über Konkurrenz und den Nutzen für die User	166
--	-----

<i>Jan Krone</i> Verlage zwischen Web 2.0, Vermarktung und „Krise“	170
---	-----

<i>Andreas Grieb</i> Nach Netzeitung-Aus: Zeitungssterben vs. Online-Medien-Tod. Wer stirbt schneller?!	176
--	-----

<i>Matthias Schwenk</i> Die Medienkrise ist auch eine Krise der kommerziellen Blogs	178
--	-----

<i>Jan Krone</i> Medienkonjunktur oder Medienkrise? It's the Nutzerbindung, stupid!	182
--	-----

<i>Jan Krone</i> Werbung im Internet: Tausenderpreise als Relikt der klassischen Medien	186
--	-----

<i>Andreas Göldi</i> “Alles gratis” – Das psychologische Problem der Internetbranche	190
---	-----

<i>Andreas Göldi</i> E-Book-Reader, Smartphones & Co.: Der Kampf um die nächste Generation digitaler Inhaltskanäle	195
---	-----

<i>Peter Sennhauser</i> Das iPad kommt: Steve Jobs als Messias einer Branche	198
---	-----

<i>Matthias Schwenk</i> Monopoly bei den E-Books?	202
--	-----

<i>Robert Picard</i>		
Micropayments im Online-Journalismus: Kostenfalle Einzelverkauf		206
<i>Thomas Knüwer</i>		
Wie Verlage im Internet Geld verdienen? So wie bisher.		209
<i>Andreas Grieb</i>		
Spenden bei Flattr statt Paywall: Einfachheit als Motiv		212
<i>Marcel Weiß</i>		
Filesharing, Flattr und Bezahlschranken: Die Auflösung historischer Unfälle		215
<i>Martin Weigert</i>		
Werbung im Social Web: Sieht so ein Erfolgsrezept aus?		221
<i>Julius Endert</i>		
Das digitale Fließband – mit der zweiten Industriellen Revolution zur Clickworker-Gesellschaft		223
<i>Martin Weigert</i>		
Medienwandel: Warum sich die Filmindustrie keine Sorgen machen muss		226
<i>Martin Weigert</i>		
Videos im Web: Das lange Warten auf ein europäisches Hulu		229
V.		
Regulierung im Medienwandel		
<i>Jan Krone</i>		
Adieu Sandkasten Internet – wir werden erwachsen		235
<i>Robin Meyer-Lucht</i>		
KEK-Studie: Twitter und Facebook haben Meinungsmacht – wir wissen aber nicht, welche		238
<i>Robin Meyer-Lucht</i>		
Was wohl kommen wird: “Netz-Schengen” – die große Firewall des Westens		241
<i>Felix Neumann</i>		
Der Öffentlichkeit nicht den Boden entziehen. Anforderungen an ein neues Urheberrecht		243

<i>Robin Meyer-Lucht</i> Kostenlos-Kultur ≠ Urheberrechtsverletzung: 10 Thesen zum Modernisierungsversagen der Medieneliten	247
<i>Robin Meyer-Lucht</i> Markt- oder Allmendewirtschaft: Worum es bei der Kulturflatrate eigentlich geht	250
<i>Christoph Kappes</i> Google-Bashing: Zur politischen Ökonomie einer Suchmaschine	253
<i>Michael Seemann</i> StreetView: Es gibt kein analoges Leben im Digitalen	271
<i>Stefan Rosinski</i> „Persönlichkeitsrechte“ als Eigentum an sich selbst in der Öffentlichkeit	274
<i>Jan Krone</i> Vorratsdaten und die Logik der Datenkollektivierung: Für eine gesellschaftliche Kultur des Datenschutzes	277
<i>Christian Heller</i> Die Ideologie Datenschutz	283
<i>Jan Krone & Tassilo Pellegrini</i> Netzneutralität und Multimedia-Inhalte: Quo vadis?	290
<i>Ralf Dewenter</i> Wieso soll das Netz eigentlich neutral sein? Eine rein ökonomische Betrachtung	293
<i>Julius Endert</i> Netz ist nicht gleich Netz – der Vorsprung der Taube ist gewachsen	296
<i>Robin Meyer-Lucht</i> Netzneutralität: Die zehn Mythen der Debatte – und warum sie konkreter werden muss	298