

# Inhalt

Vorwort	7
<b>Medien in Transformation</b>	9
Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration <i>Ulrich Dolata, Jan-Felix Schrape</i>	
TEIL I: MEDIENSEKTOREN	
<b>Die Entwicklung von Macht- und Kapitalstrukturen in der deutschen Medienwirtschaft</b>	39
<i>Gert Hautsch</i>	
<b>Krise und Transformation der Musikindustrie</b>	67
<i>Ulrich Dolata</i>	
<b>Nothing but the hit?</b>	93
Pfadabhängige Kompetenzentwicklung und die Adaption(s)fähigkeit großer Tonträgerunternehmen <i>Kristian Kunow</i>	
<b>Zwischen Kontinuität und Bruch</b>	121
Der Wandel des deutschen Buchhandels <i>Jan-Felix Schrape</i>	
<b>Der Wandel des wissenschaftlichen Publikationssystems durch das Internet</b>	147
Sektorale Transformation im Kontext institutioneller Rekonfiguration <i>Heidemarie Hanekop, Volker Wittke †</i>	
TEIL II: MEDIENÖKONOMIE	
<b>Web, Wert und Arbeit</b>	177
<i>Sabine Pfeiffer</i>	

<b>Der deutsche Mobile-Markt und die Suche nach Geschäftsmodellen</b>	199
<i>Thomas Döbler, Anna-Maria Wahl</i>	
<b>Neue Architekturen der Wissenskreation?</b>	227
Die Bedeutung räumlicher und sozialer Nähe in der Medienindustrie	
<i>Gerhard Fuchs</i>	
<b>Zocken im Internet</b>	251
Zur soziotechnischen Entwicklung der mediatisierten Glücksspielindustrie am Beispiel des globalen Pokerbooms	
<i>Gerd Möll</i>	
TEIL III: MEDIENÖFFENTLICHKEIT	
<b>Komplementarität statt Konkurrenz</b>	277
Social Media und Massenmedien in der gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion	
<i>Jan-Felix Schrape</i>	
<b>GuttenPlag-Wiki und Journalismus</b>	303
Das Verhältnis eines neuen Medienakteurs im Social Web zu den traditionellen Massenmedien	
<i>Julius Reimer, Max Ruppert</i>	
<b>Im Netz der Selbstreferenz</b>	331
Facebook-Kommunikation als Antwort auf die „Katastrophe“ des Internet	
<i>Sascha Dickel</i>	
<b>Cyberscience 2.0</b>	357
Das neue Web und die Wissenschaftskommunikation	
<i>René König</i>	
Autorinnen und Autoren	379