



Andreas Ziemann (Hrsg.)

Grundlagentexte der Medienkultur

Ein Reader

- **Kommentierte Originaltexte zu den zentralen Themen**
- **Bietet als kommentierter Reader grundlegende, strukturierte Übersicht**
- **Grundlagenwerk für Studierende und Forscher**

Ziel dieser Text- und Theoriesammlung ist es, die Breite an medienkulturellen Themen und Problemstellungen abzubilden und unterschiedliche Sicht- und Herangehensweisen vorzuführen. Die systematische Anordnung erfolgt über Schlagworte, an denen die Eigenlogik und Eigenmacht der Medien und ihrer Effekte für Mensch, Kultur, Geschichte und Gesellschaft deutlich wird: von Anthropomedialität und Computing über Graphien, Infrastrukturen und Maschinenwelten bis hin zu Massenmedien und Vergesellschaftung. Diese Themenblöcke sind gleichermaßen historisch wie theoretisch angelegt und offerieren in Auszügen Originaltexte von Benjamin, Bergson, Baudrillard, Deleuze, Haraway, Heidegger, Innis, Latour, Luhmann, Ong, Simondon, Turing, Virilio und vielen anderen mehr.

1. Aufl. 2019, XV, 438 S. 5 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 29,99 € (D) | 30,83 € (A) | CHF 33,50

eBook

[2] 22,99 € (D) | 22,99 € (A) | CHF 26,50

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder springer.com/shop

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

