

Jens Eder, Joseph Imorde, Maike Sarah Reinerth (Hrsg.)

# MEDIALITÄT UND MENSCHENBILD

Menschenbilder sind Formen anthropologischen Wissens; sie sind historisch und kulturell variable Gewebe aus Vorstellungen über menschliche Merkmale – Körper, Psyche, Sozialität, Transzendenz, ‚die Natur‘ oder ‚das Wesen‘ des Menschen. Die interdisziplinäre Publikation untersucht anhand exemplarischer Fallstudien die Spezifik und den Wandel medial vermittelter Menschenbilder und leitet daraus Schlüsse auf das grundsätzliche Verhältnis von Medialität und Menschenbild ab.

**Jens Eder**, Universität Mannheim  
**Joseph Imorde**, Universität Siegen  
**Maike Sarah Reinerth**, Universität Hamburg

*Über die Reihe:*

## MEDIA CONVERGENCE / MEDIENKONVERGENZ

Herausgegeben im Auftrag des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz der Johannes Gutenberg-Universität Mainz von Stefan Aufenanger, Dieter Dörr, Stephan Füssel, Oliver Quiring, Karl Nikolaus Renner

Ziel der interdisziplinären Schriftenreihe ist es, die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Medien, Kommunikationsformen, Medienmärkte und das Mediennutzungsverhalten zu untersuchen, die Veränderungsprozesse im sozialen, kulturellen, politischen, ökonomischen und rechtlichen Bereich zu analysieren, um die daraus erwachsenen Potentiale und Konfliktfelder kritisch zu reflektieren und wissenschaftlich aufzuarbeiten.

**Bd. 1:** Medienkonvergenz – Transdisziplinär (2012).  
Hrsg. von Stephan Füssel  
ISBN 978-3-11-026167-7

**Bd. 2:** Medien. Erzählen. Gesellschaft. (2013).  
Hrsg. von Karl N. Renner, Dagmar Hoff, Matthias Krings  
ISBN 978-3-11-026453-1 (in Planung)

**Bd. 3:** The Right to Privacy in the Light of Media Convergence (2012).  
Hrsg. von Dieter Dörr, Russell L. Weaver  
ISBN 978-3-11-027595-7

**Bd. 5:** Media Convergence & Journalism (2013).  
Hrsg. von Stephan Russ-Mohl, Heinz-Werner Nienstedt, Bartosz Wilzcek  
ISBN 978-3-11-030288-2 (in Planung)



**Media Convergence /  
Medienkonvergenz 4**  
VIII / 308 Seiten

**Geb.**  
€ 79,95 [D] /  
Unverb. Ladenpreis US\$ 112,-  
ISBN 978-3-11-027596-4

**eBook**  
€ 79,95 [D] /  
Unverb. Ladenpreis \*US\$ 112,-  
ISBN 978-3-11-027617-6

**Print + eBook**  
€ 119,95 [D] /  
Unverb. Ladenpreis \*US\$ 168,-  
ISBN 978-3-11-027618-3

**Erscheinungstermin** November 2012

**Publikationssprache** Deutsch

**Fachgebiete**  
Medienwissenschaft,  
Filmwissenschaft,  
Publizistik, Presse und Medien,  
Kunstgeschichte

**Zielgruppe**  
Bibliotheken, Institute, Wissen-  
schaftler (Medienwissenschaftler,  
Filmwissenschaftler, Kulturwissen-  
schaftler, Kunsthistoriker)



**DE GRUYTER**

Genthiner Straße 13 · 10785 Berlin, Germany  
T +49 (0)30.260 05-0 · F +49 (0)30.260 05-251  
www.degruyter.com · info@degruyter.com

Preisänderungen vorbehalten. Preise inkl. MwSt. zzgl.  
Versandkosten. \*US\$-Preise nur für Bestellungen aus USA,  
Kanada, Mexiko. 02/12.