

Inhalt

1	Einleitung: die neuen Medien seit Gutenberg	9
1.1	Neue Medien	9
1.2	Mediengeschichte.....	19
1.3	Theorien.....	30
2	Presse: die schwarze Kunst.....	43
2.1	Grundzüge: Entstehung und Verbreitung der Presse	43
2.1.1	Begriffs- und Vorgeschichte.....	43
2.1.2	Erfindung und technische Weiterentwicklungen	46
2.1.3	Die Verbreitung der Pressemedien	52
2.2	Ausdifferenzierung der neuen Pressemedien	61
2.2.1	Nichtperiodische neue Medien: Flugblätter, Flugschriften und „Neue Zeitungen“	62
2.2.2	Neue Medien mit größeren Erscheinungsintervallen: Kalender, Messrelationen, Zeitschriften	64
2.2.3	Neue Medien mit kürzeren Erscheinungsintervallen: von den Avisen zur Tagespresse.....	78
2.3	Voraussetzungen und Faktoren des Presseerfolgs.....	104
2.3.1	Alphabetisierung, Verkehr, Information und Unterhaltung	104
2.3.2	Ökonomischer Nutzen – ökonomisches Kalkül	123
2.4	Reaktionen auf neue und alte Pressemedien	133
2.4.1	Erwartungen, Vorbehalte, Regelungssysteme.....	134
2.4.2	Autoritäre und konservative Regimente	138
2.4.3	Liberale und demokratische Regimente.....	147
2.4.4	Totalitäre Regime.....	153

3	Telekommunikation: das erste weltumspannende Großsystem.....	156
3.1	Grundzüge: Entstehung und Ausbreitung der Telekommunikation.....	156
3.1.1	Zentrale Begriffe und Frühgeschichte.....	156
3.1.2	Technik und Infrastruktur der Telekommunikation	163
3.2	Voraussetzungen und Faktoren des Telekommunikationserfolgs.....	174
3.2.1	Telefon und Telegrafie als Netzwerke: regulierte und deregulierte Infrastruktur	174
3.2.2	Bedürfnisse und Netzwerklogik des neuen Großsystems	183
3.2.3	Leistungsfähigkeit und Preisverfall.....	189
3.3	Wirkungen der Existenz von Telegrafie und Telefon.....	195
3.3.1	Erwartungen und Vorbehalte.....	196
3.3.2	Das Dispositiv prägt die Benimmregeln	198
3.3.3	Das Großsystem synchronisiert die Welt	204
3.3.4	Die Bedeutung von Telefon und Telegrafie für Presse und Politik	207
4	Anhang.....	216
4.1	Verzeichnis der wichtigeren Abkürzungen	216
4.2	Literatur	220
4.2.1	Theoretischer Rahmen	220
4.2.2	Pressegeschichte.....	221
4.2.3	Telegrafie und Telefon	225
4.2.4	Allgemeine Mediengeschichte	227
4.3	Register.....	229
4.3.1	Personenregister	229
4.3.2	Medienregister	232
	Nachwort	237
	Übersicht zu Band 2	238

Abbildungen

2-1: Messrelationen (1583-1648).....	54
2-2: Pressetitel in Deutschland (17.-20. Jh.)	56
2-3: Zeitungsaufgabe in Deutschland (17.-20. Jh.).....	59
2-4: Anzeigeneinnahmen (1780-2000).....	133
3-1: 5-Nadel- und Zeiger-Telegraf (stark vereinfacht)	165
3-2: Telegramme je 100 Einwohner und Jahr	169
3-3: Telefonate, Telegramme, Briefzustellung	187
3-4: Deutschland: Preisverfall der Telekommunikationskosten (20 Wörter, weiteste Entfernung).....	192
3-5: Deutschland: Preisverfall bei Mobiltelefonen	194
3-6: Übermittlungskosten 2000: 20 Wörter von Deutschland nach Österreich (in DM).....	195

Tabellen

1-1: McLuhans heiße und kalte Medien.....	19
2-1: Steigerung der Druckschriftenproduktion im alten Reich.....	53
2-2: Zeitschriftengründungen im 18. Jahrhundert	55
2-3: Titel der Tagespresse	58
2-4: Kumulierte Gesamtauflage der Tagespresse (in 1.000)	60
2-5: Zeitungen weltweit.....	60
2-6: Deutsche Parteizeitungen (1854-1932)	90
2-7: Lesefähigkeit in Deutschland.....	105
2-8: Postbeförderungszeiten	108
2-9: Verkaufspreise für religiöse Literatur im 15./16. Jahrhundert.....	125
2-10: Prüfkriterien für Pressesysteme	136
3-1: Zwei Versionen des Morse-Alphabets	166
3-2: Telegrafennetz.....	169
3-3: Berliner Telefonanschlüsse	172
3-4: Mobiltelefone (in Tausend).....	173
3-5: Deregulierung der Telekommunikation	182
3-6: Eisenbahnstreckennetz	185
3-7: Programm des „Telefon-Boten“ in Budapest vom 12.9.1897	188
3-8: Reichweitensteigerung beim Telefon.....	190
3-9: Preisverfall Faxgeräte in \$ (bezogen auf 2002)	193