

# INHALT

I. EINLEITUNG .....	7
HABBO KNOCH/DANIEL MORAT	
Medienwandel und Gesellschaftsbilder 1880-1960. Zur historischen Kommunikologie der massenmedialen Sattelzeit .....	9
II. ZUR THEORIE EINER HISTORISCHEN MEDIENWISSENSCHAFT .....	35
WOLFGANG ERNST	
Medienarchäologie. Eine Provokation der Kommunikationsgeschichte ..	37
III. MASSEN MEDIEN UND DIE POLITISIERUNG DES BEOBACHTENS IM 19. JAHRHUNDERT .....	57
ALEXA GEISTHÖVEL	
Den Monarchen im Blick. Wilhelm I. in der illustrierten Familienpresse	59
UFFA JENSEN	
Die Macht des Flüchtigen. Bürgerliche Beobachter und der öffentliche Raum in den Flugschriften zur »Judenfrage« 1870-1890 .....	81
IV. DIE MEDIALISIERUNG VON PRODUKTEN ALS KOMMUNIKATIVE PRAXIS ...	99
ANDREAS MAI	
Neue Welten. Werbung für Sommerfrischen im 19. Jahrhundert .....	101
RAINER GRIES	
Die Medialisierung der Produktkommunikation. Grundzüge eines kulturhistorischen Entwurfs .....	113
V. MEDIENTHEORIEN UND DIE MEDIALISIERUNG DER SINNE 1920 BIS 1950 ..	131
HABBO KNOCH	
Die Aura des Empfangs. Modernität und Medialität im Rundfunkdiskurs der Weimarer Republik .....	133

DANIEL MORAT	
Die innere Medialität des Beobachtens. Benjamin, Kracauer und Jünger in der Zwischenkriegszeit .....	159
DETLEV SCHÖTTKER	
Von der Ideologiekritik zur Kulturtheorie. Zur Archäologie der Medienwissenschaft im New Yorker Exil .....	179
VI. SELBST- UND FREMDBEOBACHTUNG IN DER POLITISCHEN KULTUR NACH 1945 .....	
	199
TILL KÖSSLER	
Die Partei als Medium. Kommunikationspolitik und Kommunikationsverweigerung in der SED/KPD 1945-1956 .....	201
FRANK BÖSCH	
Das Politische als Produkt. Selbstbeobachtungen und Modernisierungen in der politischen Kommunikation der frühen Bundesrepublik .....	229
ZU DEN AUTOREN .....	249