

# Inhalt

EINLEITUNG .....	11
1. RÜCKBLICK INS AUSGEHENDE 19. JAHRHUNDERT .....	15
1.1. Das Ende des Theaters als Medium .....	15
1.2. Standardisierung und Ausdifferenzierung der traditionellen Printmedien .....	17
1.3. Erste Tendenzen des Umschwungs zu den elektrischen Medien	22
2. MASSENUNTERHALTUNG UND MEDIENWERBUNG .....	25
2.1. Die Entstehung der Boulevardzeitung und der Boom der Illustrierten .....	25
2.2. Werbeplakat und Werbefoto .....	28
2.3. Die Dominanz von Informations- sowie Spiel- und Unterhal- tungsfunktionen beim Alltagsmedium Blatt .....	34
2.4. Der Unterhaltungsfilm .....	40
2.5. „Groschenheft“ und „Massenbuch“ .....	42
2.6. Telefon und Brief als Medien der Individualkommunikation	46
2.7. Musikalische Unterhaltung per Schallplatte .....	49
2.8. Die Mediengeschichte von 1900 bis 1914 im Überblick .....	52
3. DIE MEDIENKULTUR ZUR ZEIT DES 1. WELTKRIEGS .....	55
3.1. Zensurmaßnahmen bei Zeitung und Buch .....	55
3.2. Propaganda und politische Werbung (Plakat, Foto, Heft, Film)	58
3.3. Brief, Blatt und Telefon als Kriegsinstrumente .....	65
3.4. Die Mediengeschichte von 1914 bis zum Ende des Jahrzehnts im Überblick .....	70

4. HOCHKULTUR IN DEN MEDIEN .....	71
4.1. Die Kunstfotografie als Gegenbewegung zu Werbung und Kommerz .....	72
4.2. Bildungs- und Fachzeitschriften .....	78
4.3. Hochkultur als Buchkultur .....	80
4.4. Übergreifender Wandel der Medienhochkultur in den ersten drei Jahrzehnten .....	88
5. DIE DOMINANTEN MEDIENKULTUREN DER 20ER JAHRE .....	91
5.1. Die Professionalisierung der kommerziellen Werbung .....	92
5.2. Politische Werbung und Propaganda .....	97
5.3. Der Aufschwung der Unterhaltung zum Leitstern der gesamten Medienkultur: Unterhaltungsmusik, Unterhaltungsfilm, Unterhaltungsradio .....	105
5.4. Die Mediengeschichte vom Beginn der 20er Jahre bis 1933 im Überblick .....	130
6. DAS MEDIENSYSTEM DER NATIONALSOZIALISTEN .....	133
6.1. Von der „Bücherverbrennung“ bis zu den Bertelsmann-Kriegsgewinnen: die Usurpation von Heft und Buch .....	134
6.2. Gleichschaltung, Zensur und Indoktrination der Presse .....	144
6.3. Rückgriffe auf archaische Medien: Menschmedien und Gestaltungsmedien .....	150
6.4. Die Politisierung der Plakatwerbung .....	156
6.5. Brief und Propagandaflugblatt im 2. Weltkrieg .....	163
6.6. Kleine Schritte bei den Medien Telefon, Schallplatte und Fernsehen .....	173
6.7. Die Medienpfeiler des Regimes: Fotografie, Film, Radio .....	177
6.8. Die Medien von 1933 bis 1945 im Überblick .....	192
7. DIE VIELFALT DER MEDIEN IM WERTEVAKUUM DER NACHKRIEGSZEIT	195
7.1. Kompensation durch Konsum im Alltag .....	196
7.2. „Bewältigung“ der Vergangenheit in Foto, Film, Zeitung und Tonträgern .....	215
7.3. Neue Formen der Medienkultur im Brief, Blatt, Radio und Buch	232
7.4. Der Aufstieg des Fernsehens zum neuen Massenmedium .....	249
7.5. Die Neuformierung der Medien nach dem Krieg im Überblick	255

8. DAS FERNSEHEN UND DIE MULTIMEDIALE ALTERNATIVKULTUR . . . .	257
8.1. Das Fernsehen als Leitmedium im Funktionswandel: von der Integration zum Warenhaus . . . . .	258
8.2. Die Medienkonkurrenz zum Buch und zum Film . . . . .	271
8.3. Kommerzialisierungstendenzen . . . . .	278
8.4. Ausdifferenzierung bei den Medien Heft, Plakat, Foto und Blatt	285
8.5. Neue Schwerpunkte bei Zeitschrift und Radio . . . . .	308
8.6. Alternative Medienkulturen: Tonträger, Film, Video . . . . .	316
8.7. Die Medienkultur der 60er und 70er Jahre im Überblick . . . .	325
9. WECHSELJAHRE DER MEDIENKULTUR: FUNKTIONS- UND STRUKTURWANDEL . . . . .	327
9.1. Die Zeitung nach der Konsolidierung: Niedergang in der Medienkonkurrenz . . . . .	327
9.2. Die Zeitschrift: Strukturelle Verschiebungen und relativer Aufstieg . . . . .	332
9.3. Der Boom des Mediums Heft . . . . .	334
9.4. Neue Schwerpunkte beim Plakat . . . . .	339
9.5. Die Beibehaltung der Informations- und Speicherfunktion beim Blatt . . . . .	346
9.6. Das Radio: Nischenmedium und Geräuschkulisse . . . . .	348
9.7. Technikinnovationen bei den Tonträgern . . . . .	351
9.8. Die Videokassette: vom Gestaltungsmedium zum Speicher- medium . . . . .	354
9.9. Erneuerung und Internationalisierung des Mediums Film . . .	359
9.10. Der rasante Aufstieg des Individualmediums Telefon . . . . .	362
9.11. Der Computer: Vorbote und Basis der digitalen Revolution .	369
9.12. Strukturwandel der Medienkultur um die 80er Jahre im Überblick . . . . .	373
10. DER UMBRUCH: NIEDERGANG UND AUFSCHWUNG . . . . .	375
10.1. Kommerzialisierung und Trivialisierung des Fernsehens . . . .	376
10.2. Der langsame Niedergang des Mediums Buch . . . . .	383
10.3. Digitalisierung und Globalisierung des Kinofilms . . . . .	389
10.4. Veränderungen in der brieflichen Kommunikation . . . . .	391
10.5. Vom Computer zum „Internet“ . . . . .	394

11. AUSBLICK INS BEGINNENDE 21. JAHRHUNDERT .....	405
11.1. Die Printmedien .....	405
11.2. Die elektronischen Medien .....	413
LITERATURVERZEICHNIS .....	421
ABBILDUNGSQUELLEN .....	439
SACHREGISTER .....	451