

Thomas Birkner / Patrick Merziger /
Christian Schwarzenegger (Hrsg.)

Historische Medienwirkungsforschung

Ansätze, Methoden und Quellen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Birkner / Patrick Merziger / Christian Schwarzenegger (Hrsg.)
Historische Medienwirkungsforschung.
Ansätze, Methoden und Quellen
Köln: Halem, 2020

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche
Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt
oder verbreitet werden.

© 2020 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (PRINT): 978-3-86962-310-8
ISBN (PDF): 978-3-86962-311-5

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
LEKTORAT: Rabea Wolf
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

PATRICK MERZIGER	9
Einleitung: Medienwirkung in der Geschichte	
I. PLÄDOYERS – KONZEPTE UND METHODEN EINER HISTORISCHEN WIRKUNGSFORSCHUNG	
ULRIKE WECKEL	21
Rehabilitation historischer Stimmenvielfalt. Rezeptionsforschung als Kulturgeschichte	
PATRICK MERZIGER	52
Kommunikation als Wirkung von Kommunikation. Anschlusskommunikation in sozialen Systemen als Konzept für eine historische Wirkungsforschung	
HANS-JÖRG STIEHLER	80
Möglichkeiten einer Rezeptionsforschung in historischer Perspektive	
UDO GÖTTLICH	111
Weiterhin auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer! Mediensoziologische Probleme einer historischen Wirkungs- und Rezeptionsforschung	
KASPAR MAASE	126
Kommunikation als materielle Praxis – Zur historischen Analyse von Medieneffekten am Beispiel des ›Schundkampfs‹ um 1900	

II. FALLSTUDIEN – ANSÄTZE UND QUELLEN EINER
HISTORISCHEN WIRKUNGSFORSCHUNG

- BENNO NIETZEL 143
Winning Hearts and Changing Minds:
Zur politischen Karriere ›starker Medienwirkungen‹
im Zweiten Weltkrieg und im Kalten Krieg
- PATRICK RÖSSLER 165
Wie man Medien eicht.
Zu den Wurzeln der historischen Medienwirkungsforschung
in der Werbepsychologie der 1920er-Jahre
- ANDRE DECHERT 185
Mediale Anschlusskommunikation als Ressource der
historischen Mediennutzungsforschung: Die TV-Sitcom
Married ... With Children und die Stereotypisierung der
us-amerikanischen Working Class
- MARIA LÖBLICH 202
Routinen der Mediennutzung in West-Berlin.
Eine Annäherung über biografische Interviews
- ANDY RÄDER 225
Möglichkeiten und Grenzen einer Re-Analyse der
DDR-Medienwirkungsforschung am Beispiel der
Kinderbuchverfilmung von *Die Reise nach Sundevit* (1966)
- GERLINDE FREY-VOR 248
Mediennutzung und -rezeption in Ostdeutschland während
der Transformationszeit nach der deutschen
Wiedervereinigung: Skizze einer kommunikations- und
medienhistorischen Analyse

FERNANDO RAMOS ARENAS	273
Kino im Kollektiv. Filmrezeption und politische Kontrolle in der DDR der 1950er-Jahre	
TABEA BODENSTEDT	294
Stimmen aus dem Publikum. Hörerbeteiligung in der Bundesrepublik der 1970er-Jahre	
Autorinnen und Autoren	317