

Dirk Rose

Medienkritik – Theorie und Geschichte

Dirk Rose

Medienkritik –
Theorie und Geschichte

Wallstein Verlag

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung von
der Universität Innsbruck: Vizerektorat für Forschung,
Philologisch-Kulturwissenschaftliche Fakultät
und Forschungsschwerpunkt
»Kulturelle Begegnungen – Kulturelle Konflikte«,
sowie dem Land Tirol.

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

Wallstein Verlag GmbH, Göttingen 2025
Geiststr. 11, 37073 Göttingen
www.wallstein-verlag.de
info@wallstein-verlag.de

Vom Verlag gesetzt aus der Stempel Garamond
Umschlaggestaltung: Marion Wiebel, Wallstein Verlag
Druck und Verarbeitung: Friedrich Pustet, Regensburg
ISBN (Print) 978-3-8353-5898-0

Inhalt

Vorwort	7
Intro: Kalte Zeichen – Warme Körper (Platon)	11
Teil I: Theorie	21
1. Begriffsgeschichte	21
2. Typen der Medienkritik	24
3. Formen der Medienkritik	29
4. Das Medienparadox der Medienkritik	32
5. Medienkritik und/als Kulturkritik	36
6. Medienkritik in der Mediengesellschaft	39
7. Die Öffentlichkeit der Medienkritik	44
8. Grundmuster der Medienkritik	47
9. Medienkritik in der Forschungsdiskussion	63
Teil II: Geschichte	67
1. Geist und Buchstabe: Schrift und Kritik im christlichen Mittelalter	69
2. »Mißbrauch« und »vberflussz«: Medienkritik in der Frühen Neuzeit	74
3. Beobachterparadox und medienkritisches Autorschaftsmodell: Rousseau	82
4. <i>Volkslieder</i> : Herders ontologische Medienkritik	88
5. »Zwei ökonomische Logiken«: literarisches vs. journalistisches Feld	95
6. <i>Die Journalisten</i> oder <i>Die Entstehung der öffentlichen Meinung</i>	103
7. Ein alternatives Medium: <i>Die Fackel</i>	110
8. »Systempresse«: Medienkritik im Nationalsozialismus	117
9. »Kulturindustrie« und »Verblendungszusammenhang«: Medienkritik mit und nach Adorno	124
10. <i>Die Fälschung</i> oder Das falsche Leben im falschen	130
11. »Nullmedium« und »Lügenpresse«: Der gekränkte Konsument	138
12. Medienkritik im digitalen Zeitalter: Skizze einer Herausforderung	148