

1. Record Nr.	UNISA996418944503316
Autore	Götter Christian
Titolo	Die Macht der Wirkungsannahmen : Medienarbeit des britischen und deutschen Militärs in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts // Christian Götter; German Historical Institute
Pubbl/distr/stampa	De Gruyter, 2016 München ; ; Wien : , : De Gruyter Oldenbourg, , [2015] ©2016
ISBN	3-11-044976-5 3-11-045220-0
Descrizione fisica	1 online resource (374 p.)
Collana	Veröffentlichungen des Deutschen Historischen Instituts London/ Publications of the German Historical Institute London ; ; 77
Disciplina	070.44935500941
Soggetti	Armed Forces and mass media - Great Britain - History - 20th century Armed Forces and mass media - Germany - History - 20th century Propaganda, British Propaganda, German Great Britain Armed Forces Press coverage History 20th century Germany Armed Forces Press coverage History 20th century Great Britain Armed Forces Public relations History 20th century Germany Armed Forces Public relations History 20th century
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	Frontmatter -- Inhalt -- 1. Einleitung: Militärische Medienbeziehungen -- 2. Eine neue Art der Krisenbewältigung (um 1900–1914) -- 3. Medienarbeit für die Verschwiegenheit – Ein Exkurs zur Informationssicherheit -- 4. Der Stellungskrieg als Wachstumsbeschleuniger (1914–1918) -- 5. Kompetenzkonflikte mit unerwarteten Folgen – Ein Exkurs zum Konflikt von Militär und Politik -- 6. Durch Alltag zu Aufrüstung (1918–1939) -- 7. Medienarbeit als Kriegsalltag (1939–1945) -- 8. Fazit: Medienarbeit ohne Grenzen (nach 1945) -- Dank -- Abkürzungsverzeichnis -- Personenübersicht (Auswahl) -- Quellen- und Literaturverzeichnis -- Namenregister -- Abstract

## Sommario/riassunto

Die Studie beleuchtet die Interaktion zwischen Militär und Medien aus der militärischen Perspektive. Der diachron und synchron aufgebaute Vergleich berücksichtigt die Kriegs- wie Friedenszeiten der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts gleichermaßen und betont Kontinuitätslinien, aber auch Veränderungen. Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Medienarbeit der britischen und deutschen Streitkräfte werden ebenso herausgearbeitet wie Interaktionen in einem transnationalen militärischen Raum. Der Fokus der kulturgeschichtlichen Arbeit liegt auf den Wahrnehmungen, Erfahrungen und Erwartungen der militärischen Spitzen. Deren Interaktion mit zivilen Regierungsstellen und Parlamenten wird ebenso beleuchtet wie der Aufbau militärigener Medienspezialisten vor dem Hintergrund der wachsenden Werbe- und PR-Wirtschaft. Ein an die Kommunikationswissenschaften angelehntes Modell militärischer Medienstrategien erlaubt die These, dass es letztlich die Medienwirkungsannahmen eben jener führenden Soldaten waren, die hinter den wesentlichen Dynamiken der militärischen Medienbeziehungen im Zeitalter der Weltkriege standen.

The collaboration between the military and the media that we know today was developed in the first half of the 20th century. This study shows that military leaders were primarily interested in the media because they hoped to achieve objectives that would otherwise be beyond their capacities: they wanted to influence populations, parliaments, and governments – in times of war and peace.