

Jens Ruppenthal, Ruth Schilling, Martin P. M. Weiss (Hg.)

Von Flaschenpost bis Fischreklame

Die Wahrnehmung des Meeres
im 19. und 20. Jahrhundert



Böhlau Verlag Wien Köln Weimar

INHALT

DANK

Jens Ruppenthal, Ruth Schilling, Martin P. M. Weiss	
DAS MEER WAHRNEHMEN	
Kontinuität und Wandel im 19. und 20. Jahrhundert.	9
Christian Holtorf	
EIN ARKTISCHER OZEAN	
Josef Chavanne, das „ewige Eis“ und die Vorläufer der Klimadiagramme	25
Dorit Müller	
ZWISCHEN WISSENSOBJEKT, MEDIENLABOR UND UMWELT	
Zur Wahrnehmung der Eismeere seit 1800	47
Wolfgang Struck	
FLASCHENPOST – FLASCHENSCHWINDEL.	71
Ole Sparenberg	
DER OZEAN SELBST, VON EINER BESONDEREN SEITE ANGESEHEN	
Die völkerrechtliche Wahrnehmung des Meeres seit 1945	91
Ruth Schilling	
DAS MEER AUSSTELLEN	
Das Museum für Meereskunde und die Wahrnehmung des Meeres um 1900.	111

Jens Ruppenthal	
„AUS DEM MEER! AUS DER DOSE!“	
Konservierte Wahrnehmung der Nahrungsquelle Meer	129
Hans-Christian Bregott	
AUF SAND GEBAUT – VERSUCHSRAUM KÜSTE	
Natur und Geschlecht im Seebad des frühen 19. Jahrhunderts.	151
Martin P. M. Weiss	
DIE FRIEDLICHE EROBERUNG DER OZEANE	
Meeresforschung in der DDR-Zeitschrift „Urania“	173
Franziska Torma	
HYDROTOPISCHE MOMENTE	
Wahrnehmung, Historizität und Epistemologie der Meere	191
DIE AUTORINNEN UND AUTOREN	205
INDEX.	207