

Inhalt

Vorwort	9
1 Geschichte des Fernsehens	13
1.1 Vom Experimentierstadium zur Entwicklung eines neuen Mediums	13
1.2 Institutionengeschichtliche Aspekte des Fernsehens in der Nachkriegsära	18
1.3 Technik und internationale Politik: Das Farbfernsehen	21
1.4 Die Einführung des „dualen Systems“	24
2 Theoretische Grundlagen der Fernsehkommunikation	29
2.1 Kommunikation als Handlung	29
2.2 Die Sprache des Fernsehens	32
2.3 Fernsehen als Medium der Kommunikation	35
2.4 Wirkungsansatz und Fernsehforschung	38
2.5 Fernsehen und Meinungsführer	44
2.6 Der Uses-and-Gratifications-Approach	47
2.7 Der dynamisch-transaktionale Ansatz	53
2.8 Fernsehen als Produktion von Kultur: Die Cultural Studies	58
3 Das Fernsehen zwischen Wirklichkeit und Fiktion	65
3.1 Sinnliche Wahrnehmung und Kommunikation	65
3.2 Ebenen der Wirklichkeit	68
3.3 Grundannahmen des Radikalen Konstruktivismus	70
3.4 Fernsehen und technologischer Realismus	73
3.5 Pseudoereignisse und Rekonstruktionen	77
3.6 Sich selbst erfüllende Behauptungen	86
3.7 Programmkategorien	89
3.8 Zu einer konstruktivistischen Theorie der Programme	91
4 Informative Programme	101
4.1 Nachrichten und Gesellschaftsentwicklung	101
4.2 Zur Entstehung der Hauptnachrichtensendungen	102
4.3 Der Konstruktcharakter der Nachrichten	108
4.4 Nachrichtenauswahl im Fernsehen und öffentliche Agenda	109
4.5 Sprache und Bild	115
4.6 Verstehen und Erinnern von Nachrichten	119
4.7 Internationale Nachrichtenströme	123

5	Programme mit fiktiven Inhalten	129
5.1	Zur Ästhetik des Films	129
5.2	Fernsehen und Kino	131
5.3	Fiktionale Programme im Fernsehen	133
5.4	Spielfilme im Fernsehen	135
5.5	Fernsehfilme, Fernsehspiele und TV-Spielfilme	140
5.6	Reihen	144
5.7	Serien	148
5	Die Show als Programmgattung des Fernsehens	157
6.1	Die Produktion von Eigenwirklichkeit durch das Fernsehen	157
6.2	Zur Vorgeschichte der Fernseh-Show	163
6.3	Quiz- und Gameshows	166
6.4	Talkshows	171
6.5	Surprise- und Beziehungsshows	176
6.6	Big-Brother-Shows	182
	Das Fernsehen und sein Publikum	189
7.1	Die Veränderungen der Fernsehnutzung	189
7.2	Fernsehnutzer und Lebensalter	196
7.3	Vielseher und Nichtseher	199
7.4	Fernsehen und private Lebenswelt	201
7.5	Parasoziale Interaktion	210
7.6	Gewaltdarstellungen im Fernsehen	214
	Fernsehen und Kultur	223
8.1	Fernsehen und Lesen	223
8.2	Die Verteilung von Wissen durch das Fernsehen	228
8.3	Fernsehkultur und Lebenswelt	237
8.4	Fernsehen und Gender	242
8.5	Amerikanisches versus europäisches Fernsehen	247
	Fernsehen und Politik	255
9.1	Politische Funktionen und Folgen von Medienkommunikation	255
9.2	Fernsehen und politische Kultur	256
9.3	Jürgen Habermas: Die Erzeugung der Öffentlichkeit durch die Printmedien	257
9.4	Theodor W. Adorno: Fernsehen als Ideologie	260
9.5	Horst Holzer: Fernsehen, Ökonomie und Staat	262
9.6	Joshua Meyrowitz: Die Entzauberung des Politischen	265
9.7	Neil Postman: Die Aufhebung des politischen Diskurses	269

9.8	Jean Baudrillard: Politik und Hyperrealität.....	272
9.9	Horace M. Newcomb und Paul M. Hirsch: Die Forumsfunktion des Fernsehens.....	275
10	Insenzierungen, Kampagnen, Wahlen.....	281
10.1	Die Visualisierung des politischen Geschehens.....	281
10.2	Symbolische Politik.....	282
10.3	Fernsehen und Wahlen.....	286
10.4	Personen, Themen, Kampagnen.....	291
10.5	Außenseiterkarrieren und die Gefahr des Populismus.....	296
11	Rechts- und Organisationsgrundlagen des Fernsehens.....	305
11.1	Rundfunkordnung und Gesellschaftssystem.....	305
11.2	Verfassungsrechtliche Grundlagen der dualen Rundfunkordnung und die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts.....	308
11.3	Allgemeine Vorschriften zur Organisation des Rundfunks: Der Rundfunkstaatsvertrag.....	310
11.4	Die rechtlichen Grundlagen der Landesrundfunkanstalten.....	312
11.5	Rechtliche Grundlagen der ARD und des ZDF.....	314
11.6	Der private Rundfunk.....	317
11.7	Rechtliche Bestimmungen zu den Landesmedienanstalten.....	318
11.8	Zur Funktionsanalyse des dualen Systems.....	320
11.9	Der Aufbau des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und des privaten Fernsehens.....	331
12	Das Fernsehen in der Zeit des Umbruchs.....	339
12.1	Die zunehmende Kongruenz von Sozialstruktur und Kommunikation.....	339
12.2	Potenziale der Digitalisierung.....	342
12.3	Digitales Fernsehen und Pay-TV.....	344
12.4	Interaktives Fernsehen und Multimedia.....	344
12.5	Ein neuer Rundfunkbegriff?.....	346
12.6	Die Nutzung der neuen Medien und des digitalen Fernsehens.....	348
12.7	Verdrängung oder Ergänzung?.....	349
12.8	Zukunftsperspektiven.....	354
	Anhang.....	361
	Literatur.....	363
	Sachregister.....	398