

Inhalt

Vorwort	9
Die Politik	17
Pauschale Toleranz	17
Globalisierung	19
Modern, Neoliberal, Traditionalistisch, Sozial, Demokratisch	23
Gegenreform, Postfordismus, Angstgesellschaft	27
Blutbad	30
Kriegsberichterstattung, Opfer-Bilder	31
Praktischer Positivismus als erfolgreiches medienkulturelles Muster	58
Gerechter Krieg überall. Eine Satire	63
Die Gesellschaft	65
Wandel, Entstehung	66
Informationsgesellschaft, Postindustrielle Dienstleistungs- gesellschaft, Wertewandel, Postmoderne	66
Aktivierung der Menschen	68
Zielgruppen, soziale Milieus, Individualisierung	70
Public Journalism	84
Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch Medien	85
Funktionen	87
Komplexität	88
Kritische Theorie	89
Öffentlichkeit, Kreativität der »Massen«, rationaler Diskurs	92
Human Interests	99
Menschenrechte, richtiges und falsches Bewusstsein	105
Lebendiges im »falschen Bewusstsein«	109
Multikultur, Machtkampf mittels Opfer-Mythen. Eine Polemik	113
Die Wirtschaft	119
Digitales Zeitalter, Interaktives Multimedia	120
Internet, Web-Fernsehen, Pay-Internet, E-Commerce	124
Intelligenter Agent, Gläserner Mensch	129
Größte kommerzielle Fernsehkanäle in Deutschland. Einige Daten	131

Kommerzielles Fernsehen	133
Werbung. Einige Daten	137
Werbung, Oligopol-Kapitalismus	139
Einschaltquoten	141
Öffentlich-rechtliches Fernsehen	146
Meritorisch	148
Emotionalität des Bilds	152
Regulierung, Deregulierung, Gewerbefreiheit, Meinungsfreiheit	154
Charts	160
Formatradio	161
Kulturindustrie	164
Network-System in USA	171
Deregulierung in USA	176
Global Players, Größte Medienkonzerne der Welt. Einige Daten	177
Medien-Oligopol-Kapitalismus	184
Neue Freiheit durch Web-Fernsehen	192
Problempunkte beim Welt-Medien-Oligopol	193
Monopol	196
Streit zwischen einem Neoliberalen und einem sozialen Demokraten. Eine Geschichte	199
Das Publikum	203
Medienpublikum. Einige Daten	204
Rationalität und Vernunft des Publikums	206
Zappen	212
Glück	213
Tiere auf dem Fernseher	214
Grenzen, Grenzüberschreitung	214
Populäre Universen, Sicheres Spiel mit dem Unvertrauten	214
Gesellschaftlicher Druck, Ventilsitte,	218
Ichstarke Grenzerweiterung	218
Vielseher	221
Leiden	224
Tränen	225
Fantasiearbeit zwischen Realitätstüchtigkeit, regressivem Tanz und Formalisierung	225
Lachen	232
Wirkungen von Gewalt	233
Gewalt-Chip	238
Notwendigkeit von Regulierung trotz geringer Medienwirkung	239
Wirkungen von Werbung	240
Markengierige Fernseh-Kids	243

Akzeptanz von Werbung	244
Warum Medienwirkungsforschungs-Cowboys Rinderherden durch Gatter treiben. Eine Satire	247
Die Produkte	251
Erfolgreiche Medienprodukte. Einige Daten	252
Erfolgreiche und postmoderne Produktstruktur, Ebenen der Gestaltung	256
Ich schau dir in die Augen, Kleines	266
Lindenstraße	266
Simulation, Fraktale, Viren	268
Waren, Gebrauchswert, Tauschwert	272
Warenästhetik	273
Disneyworld	274
Kult, Fetischcharakter	281
Erfolgreiche medienkulturelle Muster, entmystifiziert	285
und materialistisch erklärt	285
Liebe als erfolgreiches medienkulturelles Muster	288
Super-Sein	290
Action	291
Welt-Medienkultur, Subjektwerdung im Falschen, Verachteten	293
Pedantisches und Utopisches am Maschendrahtzaun. Ein Versuch	294
Die Praxis	297
Pianist im Mozartstüberl	298
Kreative Kräfte, Produktivkräfte, Produktionsverhältnisse	298
Produktivkräfte in Popmusik und Techno	301
Pool-System, Package-Deal-System	306
Fernsehproduktion. Einige Daten	308
Fernsehjournalismus	309
Sachbezogenheit des Fernsehjournalismus	311
Popularität des Fernsehjournalismus	318
Klarheit des Fernsehjournalismus	323
Praxisnahe Wissenschaft – fast unmöglich. Ein realistischer Blick	330
Literatur	333
Lexikon-Stichwörter und Index	349