

## Inhaltsübersicht

1.	Einleitung	13
2.	Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Öffentlichkeit Zur praktischen und theoretischen Verortung gewerkschaftlichen Umgangs mit audiovisuellen Medien	19
2.1	Aspekte der gewerkschaftlichen Diskussion um öffentliche Selbstdarstellung	20
2.1.1	Der Verweis auf "legale" Formen politischer Einflußnahme	21
2.1.2	Reaktion auf Organisationsprobleme	24
2.1.3	Verpackung lenkt vom Inhalt ab: Der Ruf nach modernsten Werbe- mitteln und -methoden	27
2.1.4	Dem politischen Gegner abgeschaut: Zu Legitimationsproblemen gewerk- schaftlicher Öffentlichkeitsarbeit	30
2.1.5	Zum Erfolg gewerkschaftlicher Werbung: Das Barometer steigt - der Organisationsgrad sinkt	35
2.1.6	Rundfunk und Fernsehen: Modernste Mittel der Meinungsbeeinflussung	40
2.1.6.1	Die Bildfläche als Konkurrent: Fern- sehdichte und Versammlungsbesuch	40
2.1.6.2	Wirkungsannahmen: Von "geheimen Verführern und der Forderung mitzumanipulieren	43
2.1.7	Zusammenfassung: Vom Sich-einlassen auf Öffentlichkeit	48
2.2	Theoretische Implikationen von "Öffentlichkeit" und "öffentlicher Meinung": Zu Struktur und Funktionen politischer Kommunikation	51
2.2.1	Die aktuelle Funktion: Legitimation des Status quo	52
2.2.2	Idee und Ideologie: Zur Genese bürgerlicher Öffentlichkeit	57

2.2.2.1	Organisationsform bürgerlicher Erfahrungen: Die Trennung von "öffentlich" und "privat"	58
2.2.2.2	Legitimationsfassade bürgerlicher Herrschaft: Die Ausgrenzung proletarischer Erfahrungen	61
2.2.3	Zum Struktur- und Funktionswandel von Öffentlichkeit im sozialen Rechtsstaat	65
2.2.3.1	Gesellschaftliche Kommunikation - staatlich garantiert: Öffentlichkeit als Konstrukt zwischen Staat und Gesellschaft	65
2.2.3.2	Herstellung von Öffentlichkeit als Scheinsynthese: Funktionsverluste für das Publikum	68
2.2.4	Bürgerliche Öffentlichkeit, proletarische Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeit: Zur theoretischen Verortung der Untersuchung gewerkschaftlichen Umgangs mit den Medien	72
3.	Darstellung und Untersuchung der Medienpolitik des DGB seit 1949	79
3.1	Aufgaben und Ziele der DGB-Medienpolitik	80
3.1.1	Vor und bei DGB-Gründung: Mehr "Gewerkschaftliches" in den Rundfunk	80
3.1.2	Anträge: Forderungen nach Programmanteilen und Erhalt des öffentlich-rechtlichen Systems	83
3.1.3	Vom Umgang mit Anträgen: Exemplarisches zur Verarbeitung des Mitgliederwillens	88
3.1.4	Zusammenfassung	96
3.2	Exkurs: Zur öffentlich-rechtlichen Struktur der Rundfunkanstalten	98
3.2.1	Die organisatorische Umsetzung der Idee von Staatsfreiheit und gesellschaftlicher Pluralität	99

3.2.1.1	Z.B. Bayrischer Rundfunk: Der "pluralistische" Typ	101
3.2.1.2	Z.B. Westdeutscher Rundfunk: Der "parlamentarisch-politische" Typ	105
3.3	Programmatisches zu Organisation und Auftrag von Rundfunk und Fernsehen	110
3.3.1	Die Festschreibung des öffentlich- rechtlichen Ideals: Das DGB-Grund- satzprogramm von 1963	112
3.3.1.1	Verteidigung des Status quo der Anstaltsorganisation	112
3.3.1.2	Vom Fehlen klarer Vorstellungen zum Programmauftrag	113
3.3.2	Kritische Überprüfung der Realität: Das medienpolitische Konzept der RFFU von 1976	118
3.3.2.1	Veränderung der Gremienstruktur und Mitbestimmung als Voraussetzungen demokratischer Anstaltsorganisation	119
3.3.2.2	Förderung kritischen Bewußtseins als Präzisierung des Programmauftrags	122
3.3.2.3	Medienforschung und -erziehung als Grundlage für die "Mündigkeit" des Publikums	124
3.3.3	Kumulation statt Konzeption: Die Forderungen des DGB zu Kulturpolitik und Kulturarbeit	127
3.3.3.1	Widersprüchlich, verwirrt, unprakti- kabel: kulturelle Ansprüche ans Medienprogramm	128
3.3.3.2	Erklärungsversuch: Kompromißstrategie bis zur Handlungsunfähigkeit?	130
3.3.4	In den alten vertrauten Bahnen: Das DGB-Grundsatzprogramm von 1981	133
3.3.5	Zusammenfassung und Ausblick	137

3.4	Die praktische Umsetzung der medienpolitischen Aufgaben und Ziele	141
3.4.1	Zur Berücksichtigung gewerkschaftlicher Belange im Medienprogramm	142
3.4.1.1	Einziges Mittel: Kontaktpflege mit Redakteuren und Intendanten	142
3.4.1.2	Vermutungen statt Programmanalysen: Konkrete Forderungen bleiben auf der Strecke	146
3.4.1.3	Erklärungsansatz: Die Orientierung an Ideologie bzw. Funktion von Öffentlichkeit als Hintergrund verschiedener Erwartungen	151
3.4.1.3.1	Das Interesse des Vorstands an Legitimationszuwachs: Blockade für konkrete Aktionen	152
3.4.1.3.2	Vom Aufbrechen der Blockierung: Streik wegen eines Fernsehbeitrags	157
3.4.2	Erhalt und Verteidigung des öffentlich-rechtlichen Systems	159
3.4.2.1	DGB-Reaktionen auf An- und Eingriffe gegenüber der öffentlich-rechtlichen Struktur	165
3.4.2.1.1	Der Vorstand protestiert vereinzelt: Bundesrundfunk, WDR, Werbefernsehen, Pläne, ZDF, Privatfunk	165
3.4.2.1.2	Die Mitglieder werden beteiligt: Volksbegehren in Bayern	172
3.4.2.2	Die gewerkschaftliche Beteiligung an der Kontrolle von Rundfunk und Fernsehen	177
3.4.2.2.1	Zur Gewichtung der gesellschaftlichen Gruppen in den Gremien	177
3.4.2.2.2	Zur Zusammensetzung der Gremien als System privilegierter Einflußchancen	182

3.4.2.2.3	Gewerkschaftliche Kritik an Gremienstruktur und politischem Einfluß	186
3.4.2.2.4	Rechenschaftslegung als Formalität: Die konkrete Arbeit der DGB-Vertreter bleibt im Dunkel	189
3.4.2.2.5	Zur Forderung nach Leitlinien: Eine Kontrollmöglichkeit wird abgeblockt	195
3.4.2.3	Ausblick: Medienpolitik nach dem Volksbegehren	199
3.5	Exemplarische Untersuchung der Berichterstattung über Rundfunk und Fernsehen in der Gewerkschaftspresse	205
3.5.1	Zur Funktion der Zeitungen	205
3.5.2	Zur Auswahl der Publikationen	209
3.5.2.1	Das DGB-Funktionärsorgan "Quelle"	210
3.5.2.2	Das IGM-Funktionärsorgan "Gewerkschafter"	212
3.5.2.3	Die IGM-Mitgliederzeitung "Metall"	218
3.6	Ausblick: Thesen, Hinweise und Spekulationen zur aktuellen Situation nicht nur gewerkschaftlicher Medienpolitik	223
4.	Darstellung und Untersuchung gewerkschaftlicher Filmarbeit	233
4.1	Ausgangspunkt nach 1945: Interesse an einem attraktiven Medium - Kritik an dessen Inhalten	235
4.2	Überlegungen zur Beteiligung am Aufbau der Filmindustrie	240
4.3	Die selbständige Filmarbeit von DGB und IGM	247
4.3.1	Forderungen nach eigenen Filmen und Ausbau des Verleihsystems	249
4.3.2	Zur Entwicklung des organisationsinternen Filmverleihs	252

4.3.3	Gewerkschaftliche Filmveranstaltungen	256
4.3.3.1	In den größeren Verwaltungsstellen	256
4.3.3.2	Mit mobilen Filmwagen	259
4.3.4	Sinkende Besucherzahlen: Das Ende der Filmarbeit	267
4.4	Das Thema "Film" in der Gewerkschaftspresse	270
5.	Analyse der gewerkschaftlichen Filmproduktionen	275
5.1	Überblick: Die Filme des DGB und der IGM	276
5.2	Ansätze von Gegenöffentlichkeit? Aufriß der Analyseschritte	281
5.3	Die Filmthemen: In den sanktionierten Grenzen	284
5.4	Das Gewerkschaftsbild in den Filmen	291
5.4.1	Die Berichtsfilm: Kongresse, Reisen, Arbeitskämpfe, Ruhrfestspiele	295
5.4.2	Filmische Selbstdarstellungen	300
5.4.3	Darstellung einzelner Forderungen	310
5.4.3.1	Die Zeichentrickwerbung der IG Metall	310
5.4.3.2	Arbeitszeitverkürzung	314
5.4.3.3	Mitbestimmung und Aktionsprogramm	321
5.4.4	Einzelne Tätigkeitsfelder und Leistungen	327
5.4.5	Zusammenfassung: Vom zunehmenden Aufgehen in Strukturen bürgerlicher Öffentlichkeit	332
5.5	Exemplarische Analysen zur Rolle und Funktion des Publikums	338
5.5.1	Die Filme über die DGB-Bundeskon- gressse von 1954, 1956 und 1959	339

5.5.1.1	Inhaltsübersicht: Die Kongreß- verläufe in den Filmen	340
5.5.1.2	Zum Verhältnis von Kongreß- abläufen und Filmzeit	346
5.5.1.3	Zur Gewichtung der Beteiligten: Der Vorstand steht im Mittelpunkt	349
5.5.1.4	Zusammenfassung: Das Publikum als Zwischenschnitt	354
5.5.2	Die Filme zu den Arbeitskämpfen	355
5.5.2.1	Besonderheiten der Streiks und ihre Berücksichtigung im Film	355
5.5.2.2	Bayern 1954: "Uns wird nichts geschenkt geschenkt"	358
5.5.2.3	Schleswig-Holstein 1956/57: "Hier wird gestreikt"	366
5.5.2.4	Eine Tarifauseinandersetzung: "Hart auf hart"	375
5.5.2.5	Zusammenfassung: Von der Verant- wortung der Führung - erst die Organisation und dann der Mensch	379
5.5.3	Filme zu den Ruhrfestspielen	384
5.5.3.1	"Ruhrfestspiele 1951: Ein Geist geht durch die Stadt"	386
5.5.3.2	1952: "Ferientage einmal anders"	390
5.5.3.3	1956: "Aus Freizeit - Freiheit"	395
5.5.3.4	Zusammenfassung: Integration durch Kultur. Das Publikum als pädagogi- sches Objekt	401
6.	Schluß	408
	Abkürzungen/Literaturverzeichnis	418
	Anhang: Material und Protokolle zu Filmen des Deutschen Gewerkschaftsbundes und der IG Metall	441
	Inhaltsverzeichnis Anhang	442