

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	12
Einleitung	13
A Konklusionen des demokratischen Prinzips	25
B Die hergestellte Öffentlichkeit	31
I. Sozialstaatsprinzip und politische Öffentlichkeit	36
II. Die neuartige Position und konstitutive Rolle der Massenmedien	44
C Die Öffentlichkeitsfunktionen	53
Die Informationsfunktion	56
Publizistische Kommentierung	59
Die Kontrollfunktion	62
I. Juridifizierung der politischen Funktionen	65
II. Die politischen Funktionen als öffentliche Aufgaben	71
D Die Fiktion des politisierenden Bürgers und die entmündigende Wirkung der Massenmedien	79
I. Das Publikum der politisch Gleichgültigen	81
II. Zum Verhältnis von Medienindustrie und Publikum	96
III. Die Massenmedien als Instrumente der Entpolitisierung	100
E Vom Aufklärungs- zum Anpassungsjournalismus	124
I. Die Presse vor und nach der Märzrevolution	134
II. Die Publizistik im Dienst der Kapitalverwertung	141
Die Zeitung als Konsumartikel	150
Konsequenzen des Werbegeschäfts	155

F	Die Besitz- und Machtverhältnisse bei der privatwirtschaftlichen Unternehmensform der Presse	164
	I. Die Pressekonzentration und das Problem der Privatverfügung	176
	II. Der Modellfall eines privatwirtschaftlichen Pressekonzerns	199
	III. Zur Antinomie von Pressekonzentration und Pressefreiheit	209
G	Die öffentlich-rechtliche Form der Massenmedien	213
	I. Die Abhängigkeitsverhältnisse bei den Rundfunkanstalten	228
H	Elemente einer demokratischen Praxis	245
	Ansätze zur Reform der Massenmedien	255
	Literaturverzeichnis	267