

# INHALT

1. Einleitung . . . . .	7
1.1 Metropolis . . . . .	7
1.2 Invasion vom Mars . . . . .	16
2. Die neuen Propheten . . . . .	24
2.1 McLuhans Traum . . . . .	28
2.2 Steinbuchs Fetischismus . . . . .	33
2.3 Enzensbergers Bastelecke . . . . .	40
3. Nachrichtenfiguren . . . . .	48
3.1 Die Dialektik von Nachricht und Kontext . . . . .	48
3.2 Die Konvergenz von Innovation und Redundanz . . . . .	81
4. Kleine politische Dramaturgie . . . . .	103
4.1 Schein der Objektivität . . . . .	103
4.2 »live« . . . . .	116
4.3 Kontrastmontage . . . . .	124
4.4 Parallelmontage . . . . .	133
4.5 Fiktion und Realität . . . . .	143
5. Fernsehen als Systemwerbung . . . . .	163
5.1 Wie Konflikte aufgegriffen und gelöst werden . . . . .	166
5.2 Besser wissen – teurer kaufen . . . . .	178
5.3 Sauberkeit als Lebensregel: Kraft durch Frische . . . . .	185
5.4 Autorität kommt von autoritär . . . . .	197
5.5 Was zum Lieben und Geliebtwerden nötig ist . . . . .	208
5.6 Konsum als Leistung . . . . .	218
6. Medienentwicklung und Organisation . . . . .	227
6.1 Der Rundfunk in der Weimarer Republik . . . . .	227
6.2 Das Fernsehen in der BRD . . . . .	239

7. Klassengesellschaft und Medienkampf . . . . .	275
7.1 Gewerkschaftlicher und politischer Kampf . . . . .	285
7.2 Bündnispolitik auf dem Mediensektor . . . . .	290
7.3 Medientheorie und Gegenübungen . . . . .	296
7.4 Fernsehkritik . . . . .	301
8. Anmerkungen . . . . .	305