

# Inhalt

Ein Patriot der Öffentlichkeit . . . . .	7
I. Privat-Fernsehen . . . . .	13
1. Gründerjahre:Die Einführung des kommerziellen Fernsehens in der Bundesrepublik . . . . .	13
2. Verteidigung der Öffentlichkeit: Debatten um die „Neuen Medien“ . . . . .	28
3. Prinzip Gegenproduktion: Alexander Kluges „Development Company for Television Programs“ . . . . .	48
II. Anti-Fernsehen. . . . .	65
1. Dispositiv Fernsehen: Überlegungen zu einer Phänomenologie des Fernsehens . . . . .	65
2. (K)ein Kulturmagazin: Themen und Formen des Magazinformats . . . . .	82
3. Lautes Denken: Das Interview als Kunstform . . . . .	101
4. Bilderschrott: Alexander Kluges elektronische Ästhetik . . . . .	121
5. Meistens versteht man nichts... Verwirrung und Habitualisierung der Rezeption . . . . .	148

III. Autoren-Fernsehen . . . . .	167
1. Eine Insel klassischer Öffentlichkeit?	
Politische Interventionen und Kommunikationsprobleme . . . . .	167
2. Der Autor als Produzent und Markenzeichen:	
Verwandlungen der Autorenästhetik im Fernsehen . . . . .	187
Bibliographie . . . . .	199
Der Autor . . . . .	208