

Dieter Prokop

## Der Medien-Kapitalismus

Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung  
Aktualisierte Neuauflage 2002

360 Seiten | 2002 | EUR 20.40 | sFr 36.00  
ISBN 3-87975-870-0 1

**Dieter Prokop**  
**Der Medien-**  
**Kapitalismus**  
**Das Lexikon**  
**der neuen kritischen**  
**Medienforschung**



Dieter Prokop hat sein Buch vor allem mit Blick auf den Zusammenbruch des Kirch-Imperiums und die Veränderungen unter den größten Medienkonzernen (den Global Players) der Welt aktualisiert.

**Ein verständlich geschriebenes Lexikon**, das zeigt, wie die Medien heute funktionieren, im Guten wie im Schlechten. Dieter Prokop ergreift Partei für populäre Kreativität und Aufklärung.

### **Der Medien-Kapitalismus wirft viele Fragen auf:**

Warum gibt es die Medien? Warum gibt es Werbung? Warum sehen Menschen fern? Sind Einschaltquoten ein Spiegel der Publikumsbedürfnisse? Was macht Medienprodukte populär? Wie frei sind die Medien politisch und ökonomisch? Werden die Medien durch supranationale Konzerne gleichgeschaltet? Wie stark ist die Wirkung der Medien?

Gemeinhin wird unter Medienforschung nur Marketing, PR und Zielgruppenforschung für die Werbung verstanden. Dieses Buch versteht sich als Plädoyer gegen die Konzentration der Medienforschung auf die Manipulation der Konsumenten. Prokop zeigt die Ansätze einer unabhängigen und kritischen Medienforschung, die Menschen vor allem als handelnde Bürger sieht. Auch unter kapitalistischen Bedingungen gibt es populäre Kreativität und Aufklärung – sie muss bewahrt und gefördert werden.

### **Der Autor:**

Dieter Prokop ist seit 1989 Professor für kritische Medienforschung an der Universität Frankfurt. Davor war er ab 1980 freier Fernsehjournalist, u.a. im Bereich Innenpolitik des ZDF. Er publizierte viele Bücher über Massenmedien.

### **Inhalt:**

#### **Vorwort**

#### **Die Politik**

Pauschale Toleranz

Globalisierung

Modern, Neoliberal, Traditionalistisch, Sozial, Demokratisch

Gegenreform, Postfordismus, Angstgesellschaft

Blutbad

Kriegsberichterstattung, Opfer-Bilder

Praktischer Positivismus als erfolgreiches medienkulturelles Muster

Gerechter Krieg überall. Eine Satire

#### **Die Gesellschaft**

Wandel, Entstehung

Informationsgesellschaft, Postindustrielle Dienstleistungsgesellschaft, Wertewandel, Postmoderne

Aktivierung der Menschen

Zielgruppen, soziale Milieus, Individualisierung

Public Journalism

Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch Medien

Funktionen

Komplexität

Kritische Theorie

Öffentlichkeit, Kreativität der »Massen«, rationaler Diskurs

Human Interests

Menschenrechte, richtiges und falsches Bewusstsein  
Lebendiges im »falschen Bewusstsein«  
Multikultur, Machtkampf mittels Opfer-Mythen. Eine Polemik

### **Die Wirtschaft**

Digitales Zeitalter, Interaktives Multimedia  
Internet, Web-Fernsehen, Pay-Internet, E-Commerce  
Intelligenter Agent, Gläserner Mensch  
Größte kommerzielle Fernsehkanäle in Deutschland. Einige Daten  
Kommerzielles Fernsehen  
Werbung. Einige Daten  
Werbung, Oligopol-Kapitalismus  
Einschaltquoten  
Öffentlich-rechtliches Fernsehen  
Meritorisch  
Emotionalität des Bilds  
Regulierung, Deregulierung, Gewerbefreiheit, Meinungsfreiheit  
Charts  
Formatradio  
Kulturindustrie  
Network-System in USA  
Deregulierung in USA  
Global Players, Größte Medienkonzerne der Welt. Einige Daten  
Medien-Oligopol-Kapitalismus  
Neue Freiheit durch Web-Fernsehen  
Problempunkte beim Welt-Medien-Oligopol  
Monopol  
Streit zwischen einem Neoliberalen und einem sozialen Demokraten. Eine Geschichte

### **Das Publikum**

Medienpublikum. Einige Daten  
Rationalität und Vernunft des Publikums  
Zappen  
Glück  
Tiere auf dem Fernseher  
Grenzen, Grenzüberschreitung  
Populäre Universen, Sicheres Spiel mit dem Unvertrauten  
Gesellschaftlicher Druck, Ventilritten  
Ichstarke Grenzerweiterung  
Vielseher  
Leiden  
Tränen  
Fantasiearbeit zwischen Realitätstüchtigkeit, regressivem Tanz und Formalisierung  
Lachen  
Wirkungen von Gewalt  
Gewalt-Chip  
Notwendigkeit von Regulierung trotz geringer Medienwirkung  
Wirkungen von Werbung  
Markengierige Fernseh-Kids  
Akzeptanz von Werbung  
Warum Medienwirkungsforschungs-Cowboys Rinderherden durch Gatter treiben. Eine Satire

### **Die Produkte**

Erfolgreiche Medienprodukte. Einige Daten  
Erfolgreiche und postmoderne Produktstruktur, Ebenen der Gestaltung  
Ich schau dir in die Augen, Kleines  
Lindenstraße  
Simulation, Fraktale, Viren  
Waren, Gebrauchswert, Tauschwert  
Warenästhetik  
Disneyworld  
Kult, Fetischcharakter  
Erfolgreiche medienkulturelle Muster, entmystifiziert  
und materialistisch erklärt

Liebe als erfolgreiches medienkulturelles Muster

Super-Sein

Action

Welt-Medienkultur, Subjektwerdung im Falschen, Verachteten

Pedantisches und Utopisches am Maschendrahtzaun. Ein Versuch

### **Die Praxis**

Pianist im Mozartstüberl

Kreative Kräfte, Produktivkräfte, Produktionsverhältnisse

Produktivkräfte in Popmusik und Techno

Pool-System, Package-Deal-System

Fernsehproduktion. Einige Daten

Fernsehjournalismus

Sachbezogenheit des Fernsehjournalismus

Popularität des Fernsehjournalismus

Klarheit des Fernsehjournalismus

Praxisnahe Wissenschaft – fast unmöglich. Ein realistischer Blick

### **Literatur**

#### **Lexikon-Stichwörter und Index**

#### **Lexikon-Stichworte u.a.:**

Aktivierung des Publikums, Blutbad, Charts, Deregulierung, Digitales Zeitalter, Disneyworld, E-Commerce, Einschaltquoten, Erfolgreiche medienkulturelle Muster, Fantasiearbeit, Fernsehjournalismus, Formatradio, Gewalttätigkeiten, Globalisierung, Global Players, Human Interests, Individualisierung, Informationsgesellschaft, Interaktives Multimedia, Internet, Kirch-Konzern, Kommerzielles Fernsehen, Kriegsberichterstattung, Lachen, Leiden, Liebe, Lifestyle, Medien-Oligopol-Kapitalismus, Öffentlichkeit, Opfer-Mythen, Pay-Internet, Popmusik, Populäre Universen, Postindustrielle Gesellschaft, Postmoderne Produktionskosten erfolgreicher Medienprodukte, Produktstruktur, Praxis, Privatfernsehen, Rationalität des Medienpublikums, Regulierung, Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch Medien, Simulation, Stimmungsjournalismus, Techno, Warencharakter der Medienprodukte, Werbung, Wertewandel, Zappen, Zielgruppen.

#### **Zum Thema außerdem**

Der Kampf um die Medien

Gegen Medien-Lügen

Quelle: <https://www.vsa-verlag.de/nc/detail/artikel/der-medien-kapitalismus/>