

Karl Heinz Pfeiffer

Der manipulierte Zuschauer

Wie uns das Fernsehen beeinflußt

Herderbücherei

Inhalt

Einleitung

Eine Brennessel berührt man nicht, sondern packt sie fest an.	7
1. Ein Blick in das Medienschaufenster der Zukunft	9
2. Macht des Fernsehens - Ohnmacht der Zuschauer	14
3. Was man vom Fernsehen wissen muß.	17
4. Eine Großaufnahme und eine Detailaufnahme . . .	21
5. Kommunikator, Medium, Empfänger.	27
6. Propaganda, Publicity, Public Relations, Manipulation.	31
7. Claus Hinrich Casdorff: Respekt vor dem Recht auf Information.	39
8. Franz Alt: Fernseh-Magazine: Information oder Manipulation?.	42
9. Manipulation mit Standbein und Spielbein.	50
10. Nichts ist subjektiver als das Objektiv einer Kamera	53
11. Tricks und Kniffe mit der Kamera	56
12. Das tapfere Schneiderlein und seine neue Zunft im Fernsehen	59
13. Die Vorherrschaft des Bildes.	61
14. Dramaturgische Verzerrungen.	65
15. Harte Manipulation - Werbung-Paradies und Sündenfall.	68

16. Ein Blick in die Werbeküche	70
17. Kleines Manipulatorisrezept der Fernseh-Werbung	74
18. Konsummotor mit fast vollautomatischer Gang-Schaltung— Das Werbefernsehkind	77
19. Jedes Bild braucht seinen Rahmen.	86
20. Der Zwergenkönig Proporz und seine roten, schwarzen und grauen Untertanen	88
21. Perspektiven eines Insiders.	91
22. Gute Nachrichten sind schlechte Nachrichten, und schlechte Nachrichten sind gute Nachrichten	95
23. Der Heiligenscheineffekt des Fernsehens.	97
24. Unsichtbare Löcher.	99
25. Der elektronische Rattenfänger	102
28. Ein Blick in unsere Motivbatterien	105
27. Zweites Programm - Reaktionen zwischen den Zuschauern.	106
28. Der Meinungsführer	108
29. Wie man Meinungen machen und steuern kann.	110
30. Transparenz und Feedback.	114
31. Wie kann der Zuschauer rückkoppeln?	117
32. Transparenzversuche im Medium	124