

# Inhalt

---

## Einführung | 9

- 1 Methodische Einführung:  
Klassische und nicht-klassische Kalküle der Logik | 14
- 2 Thematische Einführung:  
Eine kurze Mediengeschichte des ›War on Terror‹ | 20

## Kapitel 1: Realität massenmedialer Ereignisse | 27

- 1 Ereignis oder Medienereignis | 28  
Massenmediale Ereignisstrukturen 1 | 30
- 2 Korrespondenztheorie | 38  
Massenmediale Ereignisstrukturen 2 | 42  
Kausalität | 49
- 3 Immanenztheorie | 53  
Massenmediale Ereignisstrukturen 3 | 59  
Esse est percipi | 62  
Fiktion oder Realität | 68  
Eine Tautologie ist eine Tautologie | 71
- 4 Interdependenztheorie | 72  
Realistischer Konstruktivismus | 75  
Ereignis und Medienereignis | 79  
Massenmediale Ereignisstrukturen 4 | 82  
Reale Fiktion und fiktionale Realität | 85
- 5 Wahrheit und Entscheidung | 88

## Kapitel 2: Logik des Terrors | 93

- 1 Terrorist oder Freiheitskämpfer | 93
  - Taxonomie erster Ebene: Entscheidungen über politisch motivierte Gewalt | 98
  - Möglichkeiten und Grenzen der Taxonomie erster Ebene | 109
  - ›War on Terror‹ – Plädoyer für eine Begriffsschärfung | 115
- 2 Propaganda | 118
  - Fallbeispiel: Propaganda im Tibetkonflikt 2008 | 119
  - Taxonomie zweiter Ebene: Propaganda über politisch motivierte Gewalt | 133
  - Die innere Struktur nicht-urteilsfähiger Propaganda | 142
  - Möglichkeiten und Grenzen der Taxonomie zweiter Ebene | 153
  - Grenzen der Propaganda: Plädoyer für eine erweiterte Konsistenz | 157
- 3 Ideologeme | 164
  - Taxonomie dritter Ebene: Entscheidungen über Entscheider | 167
  - Transzendente Konsistenz: Spezifizierung der Taxonomie dritter Ebene | 170
  - Mao oder Das Irrationale der Diktatur | 174
  - Expertendiskurse oder Die Diktatur der Elite | 181
  - Habermas oder Das Irrationale der Demokratie | 185
  - Zwischenfazit: Möglichkeiten und Grenzen der Taxonomie | 194

## Kapitel 3: Ökonomie der Massenmedien | 197

- 1 Medientechnik | 197
  - Kommunikation und Technik | 202
  - Technik, Ökonomie und Kommunikation | 210
- 2 Medienwerttheorie | 214
  - Preispolitik oder Der Wert der Information | 222
  - Konkurrenz und Gewinn | 225
  - Nachrichtenfaktoren | 228
  - Marktlogik und Nachrichtenwert | 231
  - Faktoren kommerzieller Nachrichten | 241

3 Implikationen | 245  
Subjunktionen | 245  
Plädoyer für ein System öffentlich-rechtlicher Medien | 249

**Fazit** | 253

**Anhang** | 257

**Literatur und Quellen** | 261

