

Inhalt

Vorwort.....	9
Teil 1: Das amerikanische Entertainment	21
1. Jack Valenti oder die Hollywood-Lobby	23
Die MPA und die Eroberung Lateinamerikas	34
2. Multiplexe.....	41
Vom Drive-in zum Multiplex	42
Popcorn als Wirtschaftsmodell.....	48
Von der »suburb« zur »exurb«	50
Als Coca-Cola Columbia Pictures kaufte.....	54
3. Das Studio: Disney	59
Von <i>Toy Story</i> zu <i>König der Löwen</i>	69
Miramax und DreamWorks: der Fall.....	78
4. Das neue Hollywood	84
»Die Studios sind Banken«	85
»Wir haben für <i>Spider-Man</i> kein grünes Licht gegeben« ...	91
Marketing oder der Vieheintrieb.....	98
Das Monopol der Gewerkschaften.....	106
5. Alles »Indies«, selbst <i>Indiana Jones</i>	110
»Der Inhalt sind wir«	114
Geheimagenten	118

6. Die Erfindung der Popmusik	128
»Die Generation von MP3 hat gewonnen, aber es ist nicht meine«	136
»Cool bedeutet hip plus kommerzieller Erfolg«	145
Die andere Musikmetropole der USA: Nashville	152
Music Television	157
7. Pauline, Tina & Oprah	166
Tina Brown und der neue Kulturjournalismus	180
Die Marke Oprah	187
Der neue Kritiker	193
8. USC, die Mainstream-Universität	203
Forschung und Entwicklung	209
Die kulturelle Vielfalt	212
Teil 2: Der kulturelle Weltkrieg	219
9. Kung Fu Panda: China gegen Hollywood	221
Hinter dem Platz des Himmlischen Friedens, im Herzen der chinesischen Zensur	228
Diebstahl an den Warner-Multiplexen	236
Hongkong, das Hollywood Asiens	239
Wie Murdoch in China Millionen verlor und eine Frau fand	242
10. Wie Bollywood sich aufmacht zur Eroberung der Welt	259
Das neue Bollywood	266
11. Lost in translation	283
Cool Japan	284
Die Mangas, ein globales Medium	288
Der Krieg zwischen J-Pop und K-Pop	290

12. Geopolitik der Dramas, Ramadan-Feuilletons und anderer Telenovelas	300
Der Kampf der Formate	301
Die Ramadan-Serien	312
Telenovelas erobern Nord- und Südamerika	316
13. Miami, die Pop-Hauptstadt von Lateinamerika	334
»Der Reggaetón eint die Latinos«	337
L.A., Latin America	341
14. Wie Al Dschasira der Mainstream-Sender der arabischen Welt wurde	354
Am Firmensitz von Al Dschasira in Katar	356
Das Format News & Entertainment	368
Der Krieg der Bilder	374
Al Arabiya oder wenn die Saudis ins Spiel kommen	382
Der Fluss der Wahrheit	390
Das Fernsehen des Südens	391
»Visit Israel, Before Israel Visits You«	398
15. Der Medienprinz in der Wüste	407
Musik im Libanon, Fernsehen in Dubai, Kino in Kairo	416
Hollywood in der Wüste	427
16. Die Anti-Mainstream-Kultur in Europa	437
Der täuschende Erfolg europäischer Videospiele	442
Eine panslawische Kultur in Mitteleuropa?	446
Die Beirutisierung der europäischen Kultur	453
London und Paris, Hauptstädte der afrikanischen Weltmusik	457
An den Grenzen Europas, Asiens und der arabischen Welt: die amerikanisierte Türkei	467

Schluss: Eine neue Geopolitik der Kultur und der Information im digitalen Zeitalter	474
Die amerikanische Unterhaltung	476
Der kulturelle Aufstieg der Schwellenländer	484
Die Ramadan-Inhalte	485
Von Hollywood nach Bollywood und zurück	487
Was heißt »open up« auf Chinesisch?	490
Wie wird man eine Hauptstadt der Kreativindustrie?	492
Länder auf dem Weg in den Untergang?	494
Die Kultur im Zeitalter der digitalen Reproduzierbarkeit	500
Quellen	507
Danksagung	509