INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkung 5

1 Einleitung 11
1.1 Einführung in die Problematik 11
1.2 Überblick über den Gegenstandsbereich 12
1.2.1 Wissenschaftliche Einordnung 12
1.2.2 Kommunikationspolitik als Fachgebiet im Studium der Publizistik/Kommunikationswissenschaft/Journalistik 14
1.2.3 Zum Inhalt und Aufbau dieses Lehrbuchs 15
1.3 Grundbegriffe und Abgrenzungen 17
Fragen zur eigenen Kontrolle und zum weiterführenden Studium 19
Literatur (Auswahl) 20

2 Zur Geschichte der Kommunikationspolitik 21
2.1 Kommunikationspolitik von den Anfängen bis 1918 21
2.2 Kommunikationspolitik von 1918 bis 1945 23
2.3 Kommunikationspolitik nach 1945 26
2.3.1 Kommunikationspolitik der Besatzungsmächte und in den Anfangsjahren der Bundesrepublik Deutschland 27
2.3.2 Kommunikationspolitik in der DDR 29
2.4 Die Kommunikationsfreiheiten in der Geschichte 31
Fragen zur eigenen Kontrolle und zum weiterführenden Studium 33
Literatur (Auswahl) 33

3 Kommunikationspolitik in der Demokratie 35
3.1 Gesellschaftliche Bedeutung von Medien und Kommunikation 35
3.2 Funktionen der Medien in der Demokratie 37
3.3 Ziele und Leitideen demokratischer Kommunikationspolitik 39
3.4 Überlegungen für eine Theorie der Kommunikationspolitik 40
Fragen zur eigenen Kontrolle und zum weiterführenden Studium 42
Literatur (Auswahl) 42

4 Grundzüge des Medienrechts 43
4.1 Überblick 43
4.2 Verfassungsrecht 44
4.3 Presserecht 45
4.4 Rundfunkrecht 51
4.5 Rechtsvorschriften für den Film 54

4.6 Rechtsvorschriften für die neuen Medien 55
4.7 Internationales Medienrecht 56
Fragen zur eigenen Kontrolle und zum weiterführenden Studium 58
Literatur (Auswahl) 60

5 Institutionen und Träger der Kommunikationspolitik 61
5.1 Der Bund 61
5.1.1 Der Deutsche Bundestag 62
5.1.2 Die Bundesregierung 63
5.1.3 Das Bundesverfassungsgericht 65
5.2 Die Bundesländer 66
5.3 Die Kommunalverwaltungen 68
5.4 Die politischen Parteien 70
5.4.1 Die CDU/CSU 71
5.4.2 Die SPD 72
5.4.3 Die F.D.P. 74
5.4.4 BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN 75
5.5 Die Wirtschaft und die Wirtschaftsverbände 76
5.6 Die Medienorganisationen 79
5.6.1 Die Verlegerverbände 79
5.6.2 ARD und ZDF 81
5.6.3 Die kommerziellen Rundfunkanbieter 82
5.7 Die Gewerkschaften 83
5.8 Die Kirchen 85
5.9 Weitere medienpolitisch aktive Institutionen 86
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 88
Literatur (Auswahl) 88

6 Pressepolitik 89
6.1 Überblick 89
6.1.1 Tages- und Wochenzeitungen 89
6.1.2 Zeitschriften 91
6.2 Pressekonzentration 94
6.2.1 Formen und Entwicklung der Pressekonzentration 94
6.2.2 Die „Michel-Kommission" 96
6.2.3 Die „Günther-Kommission" 98
6.2.4 Maßnahmen gegen die Pressekonzentration 99
6.2.5 Neuere Tendenzen der Pressekonzentration 100
6.2.6 Folgen der Konzentration im lokalen Bereich 101
6.3 Innere Pressefreiheit 103
6.4 Tarifauseinandersetzungen im Pressebereich 106
6.5 Fremd- und Selbstkontrolle der Presse 107

6.6 Pressepolitik in den neuen Bundesländern 108
6.7 Medienpolitische Probleme im Zeitschriftenbereich 109
6.8 Exkurs: Medienpolitik für das Buch 110
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 111
Literatur (Auswahl) 111

7 Rundfunkpolitik (Fernsehen) 113
7.1 Entstehung und Entwicklung des Rundfunks in Deutschland 113
7.2 Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten 117
7.2.1 Die Landesrundfunkanstalten 117
7.2.2 Das Zweite Deutsche Fernsehen 118
7.3 Die intermediäre Konkurrenz 120
7.3.1 Verdrängung oder Ergänzung der Medien? 120
7.3.2 Fernsehen und Presse 120
7.3.3 Fernsehen und Film 122
7.4 Das duale Rundfunksystem: Die intramediäre Konkurrenz 123
7.4.1 Die Rundfunkurteile zur Zeit des öffentlich-rechtlichen Fernseh-"Monopols" (1961, 1971, 1981) 125
7.4.2 Die Rundfunkurteile im dualen Rundfunksystem (1986, 1987, 1991, 1992, 1994) 128
7.4.3 Der gesetzliche Rahmen für das Fernsehen: Die Rundfunkstaatsverträge 136
7.5 Das private Fernsehen 139
7.5.1 Die Entwicklung der Zuschauer- und Werbemarktanteile im Fernsehen 140
7.5.2 Die Kontrolle des privaten Fernsehens: Die Landesmedienanstalten 143
7.6 Die Konzentration im privaten Rundfunk 145
7.7 Die Integration des Rundfunks in den neuen Bundesländern 154
7.8 Perspektive der Medienpolitik für das Fernsehen 158
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 159
Literatur (Auswahl) 161

8 Rundfunkpolitik (Hörfunk) 163
8.1 Entwicklung und Situation des Hörfunks in Deutschland 163
8.2 Der öffentlich-rechtliche Hörfunk 165
8.3 Der private Hörfunk 166
8.4 Die Konkurrenz auf dem Hörfunkmarkt 168
8.5 Perspektive der Medienpolitik für den Hörfunk 169
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 171
Literatur (Auswahl) 171

9 Telekommunikationspolitik 173
9.1 Überblick 173
9.2 Wirtschaftliche und politische Bedeutung der Telekommunikation 176
9.3 Kommunikationspolitik für die „neuen Medien" 178
9.3.1 Die Arbeit der Kommissionen 178
9.3.2 Feldversuche und Pilotprojekte 180
9.4 Die Deutsche Bundespost/Deutsche Telekom AG 186
9.5 Die Zukunft der Telekommunikation: Multimedia 188
9.6 Telekommunikationspolitik im Multimedia-Zeitalter 193
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 195
Literatur (Auswahl) 196

10 Filmpolitik 197
10.1 Überblick 197
10.2 Kommunikationspolitische Maßnahmen für den Film 198
10.3 Perspektive der Filmpolitik 201
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 202
Literatur (Auswahl) 202

11 Kommunikationspolitik für den Journalismus 203
11.1 Überblick 203
11.2 Ausbildung und Professionalisierung 206
11.3 Abhängigkeiten 207
11.4 Kommunikationspolitik und Ethik für den Journalismus 210
Fragen zur eigenen Kontrolle und zur Weiterführung 212
Literatur (Auswahl) 213

Glossar 215

Abkürzungsverzeichnis 259

Literaturverzeichnis 263